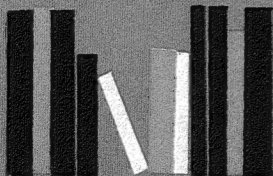
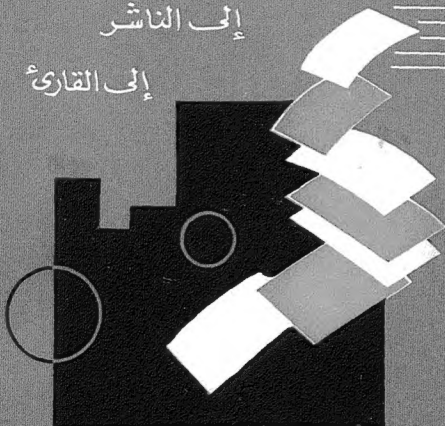


# حساعة الكتاب

من المؤلف

إلى الناشر

إلى القارئ



تأليف  
ترجمة  
رأيت حساعة  
الدكتور محمد علي العريان  
عصمت أبوالمكارم  
محمود عبد المنعم مراد  
الدكتور السيد أبو النجا  
تقديم

# صناعة الكتاب

من المؤلف إلى الناشر إلى القارئ

نشر هذا الكتاب بالاشتراك

مع

مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر

القاهرة - نيويورك

فبراير سنة ١٩٧٠

# صناعة الكتاب

من المؤلف إلى الناشر إلى القارئ

تأليف  
دائيس سي. سميت

ترجمة  
عصمت أبوالمكارم  
الدكتور محمد عاتق العرياني  
محمود عبد المنعم مراد

تقديم  
الدكتور السيد أبو النجلا

الطبعة  
المكتب العربي الحديث  
طبعة والنشر  
تأليف ١٩٧٠  
مكتبة

هذه الترجمة مرخص بها ، وقد قامت مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر  
بشراء حق الترجمة من صاحب هذا الحق

This is an authorized translation of A GUIDE TO BOOK  
PUBLISHING by Datus C. Smith, Jr. Copyright © 1966 by  
R.R. Bowker Co. Published by R.R. Bowker Co., New York,  
New York.

## المشتركون في هذا الكتاب

### المؤلف

**داتيس سي . سميت :** عرف في آسيا والشرق الأوسط بأنه « السفير الأمريكي للكتب » ، وكان رئيساً لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، لفترة امتدت أكثر من أربعة عشر عاماً . ثم انتقل في آخر سنة ١٩٦٧ نائباً لرئيس مؤسسة جون روكفلر الثالث . شغل من قبل عدة مناصب ، فكان مديراً لمطبعة جامعة برنستون ، كما كان رئيساً لاتحاد مطابع الجامعات الأمريكية . وكان عضواً في مجلس إدارة جمعية ناشري الكتب الأمريكي . وعضواً باللجنة الأهلية .

وقد حصل على درجة البكالوريوس في العلوم سنة ١٩٢٩ . كما منحه جامعة برنستون درجة الماجستير الفخرية في سنة ١٩٥٨ اعترافاً منها بإسهامه في نشر الثقافة عن طريق مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر .

### المترجمون

**الدكتور محمد علي العريش :** كان يعمل أستاذاً للتربية في كلية المعلمين جامعة عين شمس ، كما كان خبيراً للأمم المتحدة بمعهد تدريب المعلمين بالخرطوم ، ويعمل الآن بجامعة ميامي ووسترن . حصل على ليسانس الآداب بقسم اللغة الإنجليزية من كلية الآداب جامعة القاهرة مع درجة الامتياز سنة ١٩٣٩ ثم حصل على دبلوم معهد التربية العالي للمعلمين بالقاهرة مع مرتبة الشرف سنة ١٩٤٠ — درس في أكسفورد واكستر بالانجلترا وحصل على دبلوم اللغة الإنجليزية . ثم حصل على درجة الماجستير في التربية وعلم النفس من جامعة كولومبيا سنة ١٩٥٠ ، ودرجة الدكتوراه في التربية من جامعة كولومبيا سنة ١٩٥٢ . وكذلك عمل بدار التحرير للطبع والنشر . ترجم كتباً كثيرة من

بينها « النفس المنيقة » و « نظرات في الثقافة » و « أحاديث للمعلمين » و « النشاط المدرسى في المرحلة الثانوية » و « عندما يواجه المعلمون أنفسهم » و « نظرات في التعليم الثانوى » و « لماذا نعلم ؟ » و « البرجماتية » و « قاموس جون ديوى للتربية » و « أفكار وشخصية وليم جيبس » و « نافذة على الميدان » و « مشكلات الآباء والأمهات » ، وجميعها من الكتب التى أصدرتها هذه المؤسسة .

**عضيت ابو المكارم :** يعمل محاسباً قنونيا . حصل على بكالوريوس الحاسبة عام ١٩٤٦ وماجستير الحاسبة عام ١٩٤٩ ، عمل مراجعاً مسئولاً في مكتب برائس واترهاوس المحاسبين القانونيين في مصر والخارج . يمارس مراجعة وتخطيط وتنظيم حسابات مؤسسات القطاعين العام والخاص .

يتولى مراجعة بعض الشركات والهيئات في مصر والخارج . من بينها المؤسسات المتخصصة في النشر والطباعة .

**محمود عبد النعم مراد :** رئيس مجلس ادارة اتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة والأمين العام للاتحاد العام للناشرين العرب والمدير العام لشركة دار المعرفة للطبع والنشر .

حصل على ليسانس الآداب من جامعة القاهرة عام ١٩٤٠ ثم دبلوم المعهد العالي للمصنفات والتحرير والترجمة عام ١٩٥٢ .

شغل عدة وظائف حكومية كما اشتغل بالإذاعة محرراً للأخبار ومعلقاً في مجال السياسة الدولية .

اشتغل بالصحافة عام ١٩٤٨ ككتبا ومحرراً ورئيساً للقسم الخارجى بجريدة المصرى ثم مديراً للتحرير حتى عام ١٩٥٤ . له كثير من المقالات والتعليقات والتحقيقات الصحفية وترجم عدة كتب في الأدب والسياسة

## صاحب الخدمة

الدكتور السيد الصالح أبو النجا : تخرج من مدرسة التجارة العليا سنة ١٩٢٩ واشتغل بالتدريس في مدارس التجارة . ثم سافر في بعثة دراسية الى انجلترا حيث حصل على D.A.A. من لندن سنة ١٩٣٨ . وفي سنة ١٩٤٢ عين استاذاً للإدارة في كلية التجارة جامعة الاسكندرية . وفي سنة ١٩٤٦ ترك التدريس واشتغل في ميدان الصحافة حيث عمل مديراً لجريدة المصري ، وفي سنة ١٩٥٦ عين مديراً عاماً لدار اخبار اليوم . عين استاذاً غير متفرغ بكلية المعاملات بجامعة الأزهر عام ١٩٦٣ وفي نفس السنة عين عضواً بمجلس ادارة الاهرام ، ومشرفاً عاماً على دار المعارف بمصر ، ورئيساً لمجلس ادارة المعارف ببلبنان . وفي يناير ١٩٦٧ عين رئيساً لمجلس ادارة المركز العربي للبحوث والإدارة ( آراك ) . ألف كتاب « دراسة السوق » كما اشترك في تأليف كتابي اعمال السكرتارية ( جزئين ) ومبادئ الاقتصاد والتجارة ( جزئين ) .

مصمم الغلاف : الفنان حسين بيكار





# المحتويات

صفحة	
ك	تصدير بقلم أحمد رياض اباطة
م	تقديم بقلم الدكتور السيد أبو النجا
١	نبذة عن هذا الكتاب
٢٣	الجزء الأول — نشر الكتب والتنمية القومية
٥٠	الفصل الاول — فن التدبير والتأرب العامة
١١	الفصل الثاني — شركاء فى عالم الكتب
٢٩	الجزء الثانى — عملية نشر الكتب
٣١	الفصل الثالث — اختصاصيات نشر الكتاب
٥٥	الفصل الرابع — انشاء التحرير : افكار ضمن كتب
٧٥	الفصل الخامس — تحرير المخطوط
٩٧	الفصل السادس — تصميم الكتاب
١١٥	الفصل السابع — انتاج الكتاب : الطبع والتجليد
١٣٣	الفصل الثامن — بيع الكتب
١٦٣	الفصل التاسع — الترويج للكتاب : تحضيض الناس على شراء الكتاب
١٨٩	الجزء الثالث — انواع نشر الكتب
١٩١	الفصل العاشر — الكتب التجارية وانواع أخرى من النشر
١٩٧	الفصل الحادى عشر — الكتب الدراسية
٢١٥	الفصل الثانى عشر — كتب الاطفال

## صفحة

٢٢٧	الفصل الثالث عشر - التوزيع الكبير . . . . .
٢٣٧	الفصل الرابع عشر - نوادى الكتب وكتب الاشتراكات . . . . .
٢٤٩	الفصل الخامس عشر - الترجمة : نافذة على العالم . . . . .
٢٦٣	الجزء الرابع - البناء من أجل المستقبل . . . . .
	الفصل السادس عشر - المكتبات ، ومعرفة القراءة والكتابة ،
٢٦٥	وتسمية القراءة . . . . .
٢٧٩	الفصل السابع عشر - التعاون بين الناشرين . . . . .
٢٩١	الجزء الخامس - موضوعات خاصة . . . . .
٢٩٣	الفصل الثامن عشر - حقوق النشر وعقوده . . . . .
٣٠٣	الفصل التاسع عشر - بعض الملاحظات على محاسبة نشر الكتاب . . . . .
٣١٣	الفصل العشرون - محل بيع الكتب بالقطاع . . . . .
٣٢٩	الفصل الحادى والعشرون - التدريب الخاص بصناعة الكتب . . . . .

تصدير  
بتعليم  
**أحمد رياض أباطلة**  
المدير العام لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر

لما كان مؤلف هذا الكتاب جهيذا من جهلذة هذا الفن « صناعة الكتاب » ، اذ قد عاش منذ بدء حياته العملية في هذا المهنع ، مديرا لمطبعة جامعة برنستون ، ثم رئيسا لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر حقبة اربعت على ستة عشر عاما ، يشارك بفكره وادارته في كل دقيق وجليل من هذا العمل ، ويعايش الكتاب وهو جنين ، الى أن يولد ، ثم يشب ، ويترعرع فيصير خلقا سويا يمشی في الاسواق ، تتناوله الايدي ، وتتغذى به العقول .

وهذه الحقبة الواسعة خولت له الطواف بالعالم زهاء اربع عشرة مرة ، فمن أمريكا الى أوربا . ومن آسيا الى إفريقيا ، وهو في كل هذه الجولات لاهم له الا الكتاب وصناعته ، يعطيه من مواهبه وحسن نوقه ، ويزداد بما يعالج تجربة فوق تجربة ، مشاركا ذوى الالباب ، في هذا الباب ، الآراء والخبرات . حتى اذا تجملت له من ذلك كله حصيلة صلبها في كتابه هذا املا في أن يستفيد به المستفيدون ، ويستعين به الراغبون .

اقول لما كان ذلك كذلك ، انتهجت حين قررت المؤسسة نظه للغة العربية الى أن يقوم بهذا النقل الأمين الدقيق نخبة من المشهود لهم بالكفاءة العالية فكان من حظ الاستاذ الجامعي الدكتور محمد على العريان استاذ التربية ، وهو علم في التأليف والترجمة — أن يضطلع بترجمة القسم الخالص باختيار موضوع الكتاب وتأليفه أو ترجمته ، وتجهيزه والتمييز بين الاتواع المختلفة من الكتب .

أما الاستاذ محمود عبد المنعم مراد — رئيس اتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة ، والأمين العام لاتحاد الناشرين العرب — فقد تولى ترجمة القسم الخاص بإنتاج الكتاب ، من حيث الطبع ، والاخراج — حجما وتجليدا وشكلا — وكذلك حقوق النشر المترتبة على ذلك .

وأما الاستاذ عصمت أبو المكارم — ماجستير في المحاسبة — والمحاسب القانوني ، ومراجع حسابات دار المعارف ، وفرائكلين ، واتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة ، وغيرها من دور النشر والتوزيع فقد عهدنا اليه بترجمة القسم الخاص باقتصاديات نشر الكتاب ، تكاليف ، وبيعا ، ومحاسبة ، الخ .

أما صاحب المقدمة فهو زجل يعترف بقدرته وبراعته وحسن ادارته وغزير علمه كل من عمل أو تعامل معه ، وهو استاذ لجبل كبير ناجح من رجال الصحافة والادارة والنشر والاعلان ، هو استاذنا الدكتور السيد أبو النجس .

ولعلنى اطمئن بهذا اننى اعطيت القوس بارئها ، واسكنت ادارا بائها على حد ما يقول المثل العربى .

ولقد استحثت سائر الكتاب فى خطواته المتتالية حتى أحقق لنشره بالعربية « المكتب المصرى الحديث » بالاسكندرية رغبته أن يظهر ويكون فى ايدى قرائه ابان قيام « معرض الكتاب الدولى » الثانى الذى تنقيبه هيئة التأليف والترجمة والنشر فى القاهرة ابتداء من ٢٩ يناير سنة ١٩٧٠ ليكون النفع به اوفى ، والجدوى منه اكمل .

والله ولى التوفيق

## تقديم بقلم

### الدكتور السيد الصادق أبو النجا

يعجبني في هذا الكتاب أنه وضع يده في « زكية الفهم » من أول صفحة . لم يكتب بالبدا والنظر ، وإنما عالج التطبيق والممارسة . لم يقل للقارئ « ماذا » وإنما قال « كيف » . لم يطف فوق السطح ، بل جال في الأعماق . قام برحلة وصفية في أذهان المؤلفين ، وقام برحلة استكشافية بين أمزجة القراء ، ثم ضم آثار الرحلتين ليؤلف بينهما وكأنه خاطب يسعى إلى جمع راسين في حلال ! أما الناشر فقد فتح الكتاب دفتاره ليقرأ أرقامها ، وفتح مطابعه ليعد الآتها ، وفتح مكتبته ليفصل مهامها في بيع الكتاب .

ويعجبني في هذا المؤلف أنه لم يعالج الكتاب كرسالة ، وإنما عالجها كصناعة ، فالرسالة كتب فيها الأولون نثرا وشعرا ، والرسالة أرقعها المؤلفون بالمعالجة لأنها أسهل ما يطرقون ، فهي مجرد أخلاقيات وشعارات واقتباس من الأدباء والتقاليد واستشهاد بأقوال الحكماء والفلاسفة . كلام مزوق ومعد في قوالب مختلفة وإن لم يختلف عليه ناس ولم يعترض عليه أحد . وقد يردده المؤلف ليرضى نفسه ويستغنى بذاته قبل أن يكسب له انصارا أو يرد عنه خصوما .

إن الكتاب رسالة منذ نزلت الكتب السماوية وصدرت كتب التفسير . والكتاب رسالة منذ عالج مشاكل البشرية ومطالب الفقراء وأمراض المصابين . ولكن من الكتب ما نجح في أداء رسالة على أوسع نطاق ، ومنها ما بقى رهين الخائز لا يستطيع أن يبرحها ليضع نفسه تحت أعين القراء . إن من يقول إن الكتاب رسالة كمن يقول إن النطفة من الإيمان . ومن يقول إنه صناعة كمن يقول إن النطفة ماء وصلبون وثلاجة ومجار تحت الأرض .

والصناعة هي التي هيأت للكتاب الاول أن يروج وحكمت على الكتاب الثاني بالفشل . ذلك لان في الاول مقومات السلعة الجيدة من مادة طيبة ، وورق جيد وطباعة اتيقة . وفي الثاني من دواعي الفشل عرض سيء ، وأحرف مشوهة وحبر رديء وتجليد رخيص .

ان الكتاب سلعة كسلائر السلع ، لا يأخذ مسيله الى الاسواق برسالة وحسب وانما يشق طريقه بها وبمقوماته السابقة ، ويسعره المنافس ، وتسويقه العلمى ، وتمويله المدروس ، وبإعلان عنه في جميع مظان الطلب عليه . على أن الكتاب اذا لم يتمكن من بيع نسخه فهو لم يتمكن من أداء رسالة ، لان التوعية لا تتم الا حين تتم اللقيا بين المؤلف والقارئ فوق صفحات الكتاب ، فاذا لم تحدث هذه اللقيا فيالخبية المؤلف فيها سطر من رأى ، وبالخبية الناشر فيها دفع من مال ، وبالخبية الطابع فيها انجز من ملازم ، وبالخبية الموزع فيها بذل من جهد ، كل هذا اصبح عبثا لان القراء لم يستفيدوا منه . انه وليمة اعرض عنها الطاعمون !

والكتاب قد يكون من السلع الميسرة ... Convenience goods اذا كان موضوعه علما كالمصاحف والكتب الدينية والمدرسية والقصصية وكتب الاطفال . وقد يكون من السلع الخاصة Speciality goods اذا كان علميا أو فنيا أو من كتب التراث أو الموسوعات والإطالس والقواميس .

والكتب الميسرة يلعب فيها السعر والإخراج دورا كبيرا في تكييف الطلب عليها ويعلم عنها عادة في الجرائد والمجلات . أما الكتب الخاصة فالهم فيها موضوعها واسم مؤلفها ونشرها . والاتجاه في بيعها يكون رأسا الى المستهلك الآخر وهو القارئ ثم الى المكتبات العامة Libraries والمعاهد العلمية Scientific institutes ولذلك يحسن الإعلان عنها بالبريد .. direct mail وفي الصحف المهنية trade papers .

ومهما يكن نوع الكتاب فهو يتميز في إنتاجه بأنه منجم ذهب أو بئر فلوس . إن معظم نفقات طباعه لا تنثر كثيرا بعد النسخ ، فالصف والتصوير

والتوضيب والتصحيح والمصروفات الادارية كل ذلك يكاد يكون ثابتا بقطع النظر عن توزيعه . وحقوق التأليف لا تقل على كل حال عن حصد معين ، ولا تزيد دائما بنسبة زيادة المبيعات . ومن هنا كلفت اهمية التسويق في ميدان النشر . فكلما زادت المبيعات من كتب ارتفعت ارباحه بنسب متزايدة . واذا قلت مبيعاته عن مستوى معين أصبحت خسارته محققة .

ويتميز الكتاب عن الصحيفة بأن ثقافته رأسية انتقائية Selective ولذلك يتجه الى جمهور محدود . أن القارئ يتناول مادة الكتاب فيمضغها مضغاً ، بينما يتناول مادة الصحيفة فيبتلعها ابتلاعاً . وقد جنحت المجلات أخيراً الى معالجة بعض الموضوعات في عمق عن طريق الاستطلاعات فزاحمت الكتب في بعض الميادين .

ولكن الكتب دأبت عن نفسها بالالوان والاخراج والطبع على التماشي أو على الورق بعد معالجته معالجة لا تتأثر بالرطوبة أو الاحماض كما في الكتب الطبية التي تدخل المشرحة .

ثم ماذا ؟

ثم أن النشر في أوروبا وأمريكا صناعة تحمل رسالة . ودخله في فرنسا يأتي قبل دخله من صناعة النفايات . ولكنه في البلاد العربية لا يزال في حاجة الى معونة الحكومات ، لأنه لا يصدر عن مؤسسات مالية — ولا أقول تجارية — كما أنه لا يزال محصوراً في الموضوعات التقليدية من أدب وتراث .

ولعل مما يدفع الناشرين الى الاتكبل على كتب التراث أنهم لا يدفعون فيها حقوق تأليف . وقد وجدوا أن استيراد الأفلام المصورة من الخارج أرخص من تصويرها في الداخل فاستغنوا عن فصل الالوان في مطابعهم وبذلك أصبحت الكتب العربية صوراً من نظائرها في الخارج ولم تعد لها الشخصية المتميزة والسمعة العالية .

**Bibliography** والتكثرون العرب لم يشتركوا حتى الآن في سجل موحد



ليكون كل منهم على علم بالمؤلفات التي ظهرت . ولذلك تظهر كتب في إحدى العواصم العربية سبق أن نشرت في عاصمة أخرى مما يكلف الناشر نفقات كان في غنى عنها .

وكتب الاطفال لا تزال ساكنة Static لا حركية Dynamic  
فعمليات التكسير والتجسيم وتركيب اللوالب والزمائر لم تدخلها بعد .

والكتب الطبية ينقصها إبراز الشرايين والأوردة عند التصوير . وينقصها في الرسم إيضاح الحركة الدموية من القلب إلى الرئة واستخدام البلاستيك والورق الشفاف لتكوين هيكل كل من أجزاء موزعة على الصفحات .  
أن ضيق السوق العربية قد يكون مسئولا عن بعض هذا التخلف .  
ولكن لا يزال في وسع الناشرين مع ذلك أن يفعلوا الكثير . وهذا الكتاب مساهمة جادة من مؤسسة فرانكلين في الإخذ بأيديهم إلى ما يرغبون .  
وماذا بعد ؟

أما بعد ، فإن الدكتور محمد على العريان رجل واسع المعرفة كثير المؤهلات ، وقد ترجم من قبل لمؤسسة فرانكلين عددا كبيرا من كتبها ، فمن الطبيعي أن يقوم بترجمة أكثر الفصول في هذا الكتاب .

والاستاذ محمود عبد المنعم مراد هو رئيس اتحاد الناشرين في الجمهورية العربية المتحدة ، وقد كان صحفيا مرموقا ثم أثر صناعة الكتاب . فاشترآه بترجمة الفصلين السابع والثامن عشر متعة نفسية تستحق مؤسسة فرانكلين منه الشكر عليها ، وعشرات الألوف من القراء مستعدون ليردوا له هذا الشكر .

وأما الاستاذ عصمت أبو المكارم فهو رجل أرقام ، وأرقامه في معظمها من نوع خاص يتصل بنشر الكتاب ، ولذلك أحسنت مؤسسة فرانكلين حين استفلت إليه هذه الصفة الغالية .

أن المترجمين الثلاثة نقلوا عن عدد كبير من الذين اشتركوا في وضع هذا الكتاب . وأنا لا أعرف منهم أحدا ولكن لأبدي أنهم مجموعة متكاملة من الفنانين في صناعة النشر ، وإلا فكيف تبسني لهم اختيار هذا الكتاب القيم

## نبذة عن هذا الكتاب

ليس في وسع امرئ أن يتعلم عن نشر الكتب من كتاب ، وانما يتعلم ذلك بالتجربة والعمل والممارسة والأداء . وثمة ناشرون راسخون في المهنة في شتى أنحاء العالم ، في البلاد التي اكتملت لها اسباب التقدم والنمو والبلاد التي هي في سبيل التقدم والنمو سواء بسواء . وهؤلاء الناشرون الراسخون اثبتوا نجاح طريقة التعلم بالتجربة والعمل والممارسة والأداء ، لا مرأ . ذلك انهم افلحوا وحالفهم التوفيق بعد أن بداوا على أول الدرب وليس في جعبتهم سوى العقل والمزمنة والطاقة واليسر من رأس المال .

وهذه الحقيقة خليقة بأن تثير السبيل لأولئك الذين يسيرون على أول الدرب في مهنة نشر الكتب في الدول النامية في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية ، وأن تبعث في نفوسهم التفاؤل والتشجيع والمثابرة .

وليس ثمة ريب في أن هذا الكتاب موجه بصفة خاصة الى هذه الفئة من الناشرين في تلك البلاد الذين هم على أول الدرب أو في وسط الشوط .

ومن سار على الدرب وصل وهو بالغ نهاية المطاف اذا أراد

على أن هذا الكتاب لا يبتغى سوى أن يشرح ويفسر المبادئ العامة لنشر الكتب ، وأن يزود القارئ بطائفة من المعلومات والبيانات التي يتخذها بمثابة اطار للمراجعة والتثبت بالقياس الى الأمور التي يتعين على الناشر أن يفقهها ويتعلمها ، لا مناص ، وهو يحض في طريقه من أول الشوط الى نهاية المطاف .

ومن المسلم به أن المبادئ العامة تكاد تكون واحدة في أي مكان ، ولكن الظروف التربوية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات التي يزودها نشر الكتب بهذا الضرب من الخدمات ، تختلف اختلافا بينا في مختلف أجزاء العالم .

بيد أن التسويغ المبكّر لهذا الكتاب هو أنه يحاول أن يسرد بعض العموميات في نشر الكتب التي تتسم بطابع عموم التطبيق وعموم السريان على أئمة ثقافة، ثم في نفس الوقت، وحيثما يكون ذلك ممكناً، عندما نضع في الحسبان مثل هذه الظروف المتباينة القائمة في مناطق العالم النامية ككل، بالقياس إلى صلاحية المادة وملاءمتها للقراء الذين يستهدفهم الكتاب في تلك البلاد .

ولا مرأى في أن الكتب الكثيرة الأخرى عن نشر الكتب ، وإن كان معظمها ينصب أساساً وتركيزاً على الظروف والأحوال في المجتمعات ذات الصناعة الحقيقية الممتدة في الطباعة والنشر ، يمكن أن تكون ذات قيمة كبرى وفائدة عظيمة لقراء هذا الكتاب الذين يبتغون متابعة المزيد من الدراسة لبعض النواحي والزوايا الخاصة للمشكلة العامة .

وانصافاً للحقيقة فإن فصول هذا الكتاب لا تكاد تمس سوى سطح القضايا المعروضة . وهناك مراجع ومصادر أخرى تشير إلى طائفة قليلة منها في قائمة المراجع ، وهذه كفيّة بتزويد القارئ بالتفاصيل المفيدة .

ولكن الرسالة الرئيسية التي يطيب لمن أسهموا في هذا الكتاب أن يبلغوها لقرائه هي أن إلزاماً على كل بلد على حدة أن يصطنع طريقته ووسيلته وسبيله الخاص في نشر الكتب بما يتفق وظروفه وإمكاناته المتاحة .

وفي وسع كل منا أن يتزود بأفكار من ملاحظة ما يجري في البلاد الأخرى ، وهذه الملاحظات خليقة بأن تكون ذات جدوى ونفع بحد ذاتها وبمثابة حوافز للأفكار أو بدايات أفكار توضع أقدامنا على أول الدرب في تفكيرنا ووعينا وسعيها على نحو موصول .

ولكن المحك النهائي لنا جميعاً هو ما نفعله نحن أنفسنا وننجزه ، أداء وعمل .

وعلى هذا فإن هذا الكتاب ، يقدم نفسه ، على استحياء وتواضع ، كنوع من التحفيز على الأفكار وليس كوصفة يمكن أو يتحتم اتباعها بدقة في أي بلد كما لو كانت بلسمًا شافياً يتعين تنفيذه بهذا الفير .

الجزء الأول  
نشر الكتب والتنمية القومية



## الفصل الأول

# فن التدبير والمآرب العامة

فى اى بلد سواء اكان مكتمل النمو ام فى سبيل النمو والتطور ، فان صناعة الكتب تعتبر صناعة صغيرة بالقياس المالى .

ولكن تماما مثلما يستطيع محول صغير ان يحرك ويضبط آلة ضخمة او جهازا كهربيا يحمل الطاقة الى مناطق بعيدة ، فكذلك نشر الكتب يعتبر أيضا « مفتاحا » .

ولعل هذه الحقيقة ليست مفهومة ولا مقدرة لدى الناس الذين هم خارج نطاق الميدان .

ومن ثم فمن أهم العوامل فى الخطة الكبرى لتنمية الكتاب فى أى بلد هو ضرورة شرح وتفسير حقيقة الدور الذى يؤديه نشر الكتب كمفتاح للتنمية التربوية والاجتماعية والاقتصادية ومن ثم ، للمواطنة الصحيحة . وأن يبلغ هذا التوضيح للرأى العام ، او على الأقل لمن بيدهم زمام التخطيط القومى .

وعلى المستوى العملى فى أقصى درجاته ، وفى لغة واسلوب يسهل فهمه واساغته واستيعابه عند الناس خارج عالم الكتب ، فان الفكرة يمكن تبسيطها الى أقصى حد بالقول بأن التربية هى الثمر الأساسى من أجل التنمية الاقتصادية ، وأن الكتب هى الادوات الأساسية للتربية والتعليم . وعلاوة على ذلك ، فانه اذا اريد للكتب أن تكون نافعة حقا ، فيجب أن تلبي الحاجات الحقيقية للقراء واهتماماتهم .

والكتب الأجنبية ، اذا كانت باللغة المناسبة ، يمكن أن تكون مفيدة بطرق كثيرة لبعض أنواع القراء ، بل في الواقع من الأمر فإن حقيقة أن الكتب ترد من الخارج ، بالنسبة لبعض فئات القراء في المستويات العليا ، لها مزايا محققة مردها الى أنها تعرض وجهة نظر عالمية . بيد أنه بالنسبة لمعظم قراء الكتب في معظم الدول فمن الزم ما يلزم أن تنمو الكتب من التربة المحلية وتتغذى بلبابها وعناصرها .

وبصرف النظر تماما عن مسائل الكبرياء القومية ، والرغبة الطبيعية لمعظم الدول في أن تكون لها صناعة كتب محلية تملكها وتدير دقتها ، فإن الحاجة الى صناعة كتب محلية مطلوبة فعلا وضرورية فعلا مهما تكن فرص استيراد الكتب من الخارج متاحة وعلى أوسع نطاق مستطاع ، لأن ذلك ضروري للتنافس القومية وللإخصاب الثقافي ، ولإثراء الفرص للتعبير الذاتى للمفكرين والكتاب والفنانين القوميين ، ولتزكية الشعور بالوحدة القومية ، وكذلك الإحساس المشترك بالتراث التاريخي .

بيد أن الحجة التى لها وزن خاص عند القادة القوميين وأولى الأمر ، اذا بدا لهم أن الحجتين السابقتين لهما رنين « فلسفى » جدا ، هي أن القراء من الناشئة ، أو الكبار الحديثى العهد بالقراءة بعد محو أميتهم ، يتعين إثارة اهتمامهم وشغفهم ، اذا أريد لهم أن يتمتعوا بثمرات فن القراءة التى اكتسبوها حديثا ، ويتعين أيضا أن يكون لديهم شعور بالمتعة والفائدة اذا أريد لهم أن يواصلوا القراءة .

والقراءة الحرة التلقائية ، تمثل أرخص ضروب التعليم ، وهى خليفة بأن تنتمى على كل الصعوبات الأخرى بما فى ذلك نقص المعلمين الجيدين - وهى مقيمة بأن تؤتى أكلها اذا توافرت الكتب الجيدة التى تتناول الحقائق الميسورة الفهم والأوضاع التى تمس حياة القارئ فى خبراته .

وليس معنى ذلك التهوين من شأن فائدة الكتب ذات الطابع التخصص

المواسع الأفق ، التى تمكس ثقافت البلاد الأخرى ، والتى من شأنها أن توسع أفق القارئ .

بيد أنه ليس ثمة جدوى أو مسوغ بالنسبة للمبتدئين من القراء فى قرية آسيوية أو إفريقية أو إحدى بلاد أمريكا اللاتينية فى تناول الحديث عن المترو أو قطار تحت الأرض فى مدينة نيويورك ، أو فى الإشارة الى جغرافية وطعام وأدوات ، وملابس ، والعلب ، وحيوانات المزرعة ، وأشجار وأزهار ، وأشكال الحكم وسير الأبطال القوميين ، الخ ، الخ ، وهلم جرا من الأشياء والأحياء مما يقع خارج نطاق خبرة القراء تماما .

فإذا ما اقتنع القادة وأولو الشأن فى البلاد المختلفة بأن وطنهم ينبغى أن يكون له صناعة قومية للكتب قائمة بذاتها ، أو ينبغى أن يدعموا صناعة الكتب القائمة لديهم والتى بدأت ، فإن الخطوة التالية هى اقناعهم بالخطوات العملية التى يجب اتخاذها لبلوغ هذا المآرب .

ومن ضمن هذه الخطوات قد تكون ثمة أمور عملية مثل رسوم الجمارك على العتاد والورق وغيرها من المواد ، والتراخيص اللازمة للنقد الإجنبى المخصص لشراء هذه المواد، وإجراءات البريد ، وتحسين وسائل نقل الكتب، واطرارفتون تنضيد الكلام ضمن دراسات مدارس التدريب المهنى، وإنشاءعظم المكتبات العامة فى المدارس والقرى ، والسماح للمعلمين وغيرهم من الموظفين الحكوميين بقبول ماندره عليهم كتبهم من مال نتيجة لحقوق الطبع والنشر ، وإنشاء نظام للقروض الصغيرة لنأشرى الكتب ، وغيرها وغيرها من الشئون التى تمس هذه القضايا .

على أن المشكلات لابد أن تختلف من بلد لآخر طبعا . فثمة دول كثيرة التعداد فى وسعها أن تتدفع وتقدم مباشرة بحيث تخوض فى مشروع ضخم كامل لتنمية وتطوير نشر الكتب ، فى حين أن بعض الدول الصغيرة التى لا يمكنها أن توقع ، فى المستقبل القريب على أى حال، مليمكن أن يوصف بأنه تظور أو نمو كامل فى هذا المضمار ، يمكنها على الأقل أن تشرع فى الاستعداد



والتمهيد ، وربما أيضا في انتاج وصناعة الكتب الدراسية للفرق المدرسية  
في المرحلة الاولى .

وثمة امكانات نتيج التنمية الاقليمية بين بعض الدول ذات اللغة الواحدة .  
وثمة امكانات للانتاج المركزى ، على الاقل جزئيا للدول المجاورة التى يكون  
فيها عدد السكان قليلا لدرجة لا تسوغ ، ولا تمكن ، من اقامة او دعم سبل  
وتسهيلات للانتاج الكامل فى كل منها على حدة . وعلى سبيل المثال فى هذا  
الصدد ، فان مشروع اليونسكو المنظم للانتاج المركزى للكتب الدراسية فى  
الكامبيون قصد به أن يخدم ، ليس فقط دولة الكامبيون فحسب ، وانما أيضا  
جابون والكفغو وجمهورية افريقيا الوسطى وتشاد .

وجدير بالتنويه فى هذا السياق ، انه من بين كل الدول التى تتحدث  
الاسبانية فى أمريكا اللاتينية فان المكسيك والارجنتين فقط هما اللتان أنشأتا  
وطورتا صناعات كاملة لنشر الكتب .

بل ان الدول ذات الحجم الواحد تماما قد تتطلب حلولاً مختلفة . فلبنان  
مثلا تلك الدولة الصغيرة الحجم والتى لا يزيد عدد سكانها على مليون نسمة  
الا قليلا ، ولكنها ذات جذور راسخة عريقة فى التجارة ، قادرة على المحافظة  
على صناعة كتب عربية تعتبر من اهم الصناعات فى هذا المجال ، وترتكز بصفة  
اساسية على التصدير . فى حين ان دولة مثل ليبيا لها نفس العدد من  
السكان تقريبا ونسبة التعليم فيها أقل بكثير منها فى لبنان ، وأهلها يتكلمون  
بعدد مختلف من اللغات الالهية ، تستعمل لغة غير أفريقية (هى الانجليزية)  
كلغة قومية ، ونظامها التعليمى لم يصبح نظاما حديثا الا منذ عهد قريب ، وليس  
عندها تقاليد راسخة فى ميدان التصدير الواسع النطاق للسلع الاستهلاكية .  
أو لنضرب مثلا آخر بزواج آخر من الدول : اندونيسيا وباكستان .

فاندونيسيا التى يبلغ تعداد سكانها مايربو على مائة مليون نسمة يعيشون  
على ثلاثة آلاف من الجزر ويتحدثون عبيدا من اللغات الالهية ، أفلحت فى  
انشاء لغة قومية ، ونجحت فى برنامج واسع لحو الامة لدرجة مثيرة ، وعندها

صناعة كتب قادرة جدا وأن كانت لا تزال معوقة اقتصاديا . فى حين ان باكستان ، التى لها نفس العدد تقريبا تقع فى شطرين يفصلهما ألف ميل وتتحدث عددا مختلفا متنوعا من اللهجات الالهية وان كانت تستعمل لغتين قوميتين مختلفتين ( الاردية والبنغالية ) التى تشترك فيها مع الهند ، فى حين ان لغة أجنبية ( هى الانجليزية ) هى اللغة السائدة الاستعمال الى حد كبير فى الدوائر الحكومية والنظام التعليمى .

ولن يجازف احد بالقول بأن النظام الذى يصلح لبلد مثل لبنان ، يصلح أيضا لبلد مثل ليبيا أو يتيسر تطبيقه هناك ، أو ان اندونيسيا والباكستان يتعين عليهما أن ينسجا على منوال واحد ، سواء بسواء فى هذا الميدان . وانهلن الشلط أيضا ومجافاة الواقعية أن نفترض أن وسائل النشر وطرائقه التى نمت ببطء من تربة فرنسا أو بريطانيا على مر القرون ، أو غيرها ممن انبثقت بغثة من الظروف الخاصة المعينة فى شمال أفريقية يمكن نقلها جملتها وبرمتها وكما هى الى دول آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية .

بيد أن الناشر فى أى بلد ، يستطيع أن يدرس خبرة نشر الكتب وطرقها الراهنة فى المناطق الأخرى ، وفى وسعه أن يزيد ويرجح وينظر ويفاضل ويقارن بينها جميعا ، ثم يقرر آیا منها تصلح للتطبيق فى بلده ، مع شئ من التعديل السليم أو التكيف المناسب .

فاذا ماوضع نصب عينيه مثال الآخرين الذين سبقوه فى هذا المضمار ، والحيل والتدابير التى اصطنعوها ، ففى وسعه أن يتبين هل فى الامكان اصطناع طرائق جديدة أم لا . فاذا ما اكتشفت معرفته بأنشاط اقتصاد وجغرافية وتاريخ وتعليم ولغة وطنه وبلده ، ففى وسعه لامراء ، أن يخترع سبلا ووسائل لصناعة ونشر الكتب ربعا لم يسبق لغيره استعمالها من قبل .

ولكن سواء أسار على درب من سبقوه وانتهج السبل القديمة ، أم اصطنع طرائق جديدة من لدنه ، فإن فى وسعه أن يخدم النمو والتطور الاقتصادى لوطنه ، وأن يسهم فى تحقيق آماله المرجوة فى البناء والنمو .

ولعل الغرض الوحيد من هذا الكتاب ، هو تزويد القارئ بفكرة عامة عن بعض الوسائل في نشر الكتب التي استعملت في الدول المختلفة ، ابتغاء إثارة التفكير الخلاق وتنشيطه ، وعلى أمل أن يبتدع القراء لأنفسهم وسائل لنشر الكتب تتلاءم مع أوضاعهم المحلية وتتناسب تناسباً سوياً سليماً مع الحالة الخاصة والظروف الخاصة لبلادهم كل على حدة .

## شركاء في عالم الكتب

- ان تعاون الفريق لازم لانتاج الكتاب ووضعه في أيدي القراء
- ولكل عضو في الفريق دور ضروري يؤديه ولا غنى عن أى واحد منهم
- وأيا ما كانت المرحلة التي بلغها بلد من التطور ، ومهما يكن خط اقتصاده من البساطة أو التعقيد ، فلا بد من وجود أو خلق عناصر أربعة ، اذا أريد أن تكون ثمة صناعة كتب :
- والعناصر الثلاثة الاولى تعتبر في حكم البديهيات المقررة التي يسهل فهمها :
- ١ - المؤلف الذي يكتب المخطوط
- ٢ - الطابع الذي يحول المخطوط الى طبعة من الكتب
- ٣ - بائع الكتب الذي يعرض الكتب التي أنتجت
- ولكن الشريك الرابع هو الذي يحتل المركز الرئيسي والذي يعتبر عمله أقل الاعمال فهما من جانب الناس الذين هم خارج ميدان الكتب ، وهذا الشريك هو : الناشر ، فالناشر هو المدير والمخطط والمنظم للمشروع برمته ، وهو الذي يجمع الشركاء الثلاثة الآخرين معا • وهو الذي يأخذ عادة بزمام المبادرة في المغامرة في مشروع نشر الكتاب
- هؤلاء العناصر الاربعة في نشر الكتاب ، لازمون دائما
- وحقيقة أن شخصا واحدا أو مؤسسة قد تقوم بأكثر من عمل واحد من هذه الاعمال ، لا تعتبر حقيقة أن أربعة أعمال لابد من انجازها ، ضربة لازب

ولنضرب مثلاً متطرفاً ، على سبيل التوكيد : لنفرض أن مؤلفاً غنياً يملك مطبعة وأنه يطبع كتاباً ألفه بنفسه ، ثم يبيع هو نفسه كل النسخ للناس الذين يأتون إلى محله .

في هذه الحالة ، ثمة رجل واحد يؤدي الوظائف الأربع بأجمعها — حتى وظيفة الناشر ، حيث أنه هو الشخص الذي نظم العملية ودبرها وزودها برأس المال (وفي هذه الحالة ، وما أسهل الأمر ! ) « جمع الأطراف المعنية بالأمر معا » .

ولكن كانت لا تزال ثمة أربعة أعمال مميزة واضحة يتعين أداؤها وهي :  
عمل المؤلف ، والطابع ، وبنائع الكتب ، والناشر .

وفي بعض أجزاء العالم يملك الناشر الكبار أحياناً دور الطباعة الخاصة بهم ، ومحال بيع الكتب ( المكتبات ) أو ( بالعكس ) يخوض الطابعون وأصحاب المكتبات ميدان نشر الكتب .

وفي المناطق حيث يكون النشر كمهنة متخصصة لم يتطور بعد ، فإن المؤلفين أنفسهم يضطلمون بمسئولية الناشرين ، ويكون المؤلف هو الناشر في آن ، وما عليه إلا أن يدبر الأمر مع الطابع ليصنع الكتب ، ثم يتولى المؤلف بعد ذلك بيعها إلى مكتبات بيع الكتب ، أو يبيعها مباشرة إلى المشترين .

ولكن ، ولا جناح علينا من التكرار هنا ، لكل كتاب ينشر للمبيع : مؤلف وطابع وبنائع كتب ، وناشر . وهذا الفصل يهدف إلى اللقاء نظرة فاحصة على وظيفة كل واحد من هؤلاء وبصفة خاصة على علاقة الشركاء الثلاثة الآخرين بالنسبة للشخصية المركزية الرئيسية في هذه الشركة ألا وهو الناشر .

وفي سياق آخر من الكتاب سوف نتناول بالفحص والتحليل ، وفي شيء من الإيجاز أعمال ووظائف الشركاء الإضافيين الذين قد يؤدون أو لا يؤدون أدواراً في مواضع معينة من نشر الكتب : مثل وكلاء الأعمال الأدبية ، وبنائعي الجملة ،

والموزعين العموميين ، الخ<sup>١</sup> . ولا مراء فى أن عمل المعلم وأمين المكتبة يدخلان فى كل شيء آخر .

ولكن الاربعة الشركاء الاساسيين الناشطين فى نشر الكتب هم :

## ١ - المؤلف

المؤلف هو خالق أو صائغ الأفكار التى ستنتشر على الملا عن طريق الكتاب . وهو منظم الكلمات والصور والخرائط والجداول ، الخ . التى تعرض فيها الأفكار وتقديم للقارئ .

وعلى الرغم من أننا دائماً نفكر ، عادة ، فى المؤلف بصيغة المفرد - مثل شكسبير والامام الغزالي ، وسيرفانتيس وكامونز ، الخ - إلا أن كلمة المؤلف بالمعنى القانونى فى علاقات التعاقد مع ناشر قد تكون جماعة أو مؤسسة بل وربما تكون حكومة من الحكومات ، أو هيئة دولية مثل اليونسكو .

والمؤلف هو المالك الاول لحق نشر العمل الذى خلقه وهو عادة يسعى الى بيع هذا الحق - أو تأجيله لاجل مسمى أو النزول عنه - لناشر يتولى إعادة انتاج المخطوط بطريقة ما للتوزيع على الناس تحت تدبير أو آخر من النظم التجارية السارية والتى ستفحصها فى سياق لاحق . ولكن ، حتى يتم الاذن لشخص آخر ، فإن المؤلف هو المالك الوحيد لحق النشر ، اذا أثر ألا يشرك بقية العالم فيما كتبه ، فليس ثمة مايحول دون أن يخفى المخطوط أو يقبره أو يحرقه اذا شاء .

ولكنه اذا أراد فعلاً أن يشرك بقية العالم فيه ، فإن المؤلف يستحق شيئاً من الجزاء أو المكافأة من المجتمع ، لقاء ما اعطاه له . وهذا أمر معترف به ، عموماً ، فى عرف معظم الدول وبصفة خاصة فى قوانين الدول التى لها تشريع معمول به فى هذا الموضوع .

بيد أن الامور لا تمضى دائماً على الصراط المستقيم ، والرياح لا تجرى دائماً بما تشتهى السفن ، لذلك فمن المعترف به أيضاً ، عموماً ، أنه ينبغى وجود

علاقة ما بين عدد الناس الذين يستعملون الكتاب وحجم المكافأة التي ينالها المؤلف .

وحماية حقوق المؤلف تحت هذا المبدأ العام هي الفرض من قوانين حقوق التأليف المعمول بها في الاجراءات الكثيرة المتبعة في تجارة وتسويق الكتب حتى عندما لا ينص عليها في القوانين .

والسبب الكامن وراء هذه القوانين والأعراف ليس فقط ضمان العدالة العامة المشتركة للأفراد ، ولكن أيضا لتشجيع التأليف ابتغاء الصالح العام للمجتمع . وفي الواقع من الامر ، فان المجتمع يقصد أن يعطي المؤلف احتكارا للعمل الذي أنتجه .

ومن المقصود انه باذنه وحده ، ووفق تدابير وظروف يوافق عليها ويرتضيها ، فان في وسع الآخرين أن يأخذوا حق عمل نسخ متعددة من مؤلفه .

وعلى الرغم من وجود فروق بين قانون حقوق التأليف وقانون امتياز أو براءة الاختراع الآلى المسجل ، فثمة تشابه أساسي ، فالمؤلف هو المخترع لكتابه ، ولأن المجتمع يريد تشجيع كلا التأليف والاختراع الآلى ، فهو يسعى الى مساعدة كلا الكاتب والمخترع الآلى لكي يحمى حقوق الملكية الخاصة بما خلقاه وابتدعاه واختراعه . وليس ثمة ريب في إمكان سرقة للملكية الأدبية كما هو الشأن في سائر الأنواع الأخرى . ولا مرأ في أن الناشر الذي يصدر عملا ، دون إذن من المؤلف ، ودون أن يدفع له أي أجر فهو لص أو قرصان .

(بيد أنه في وسع أي مؤلف اذا شاء ، من قبيل الأريحية ، أو بسبب الإهمال البحث أو عدم الاكتراث ، أن يقدم عمله للناس بلا مقابل بأن يحول الى شخص ، عمدا أو مصادفة ، السلطة في إنتاج وبيع المؤلف . أو قد يجعل الاقتار الى قوانين حق التكليف أو سوء تطبيق هذه القوانين ، من العسير على المؤلف أن يحمى حقوقه المفروضة . أو بوساطة العقد المكتوب قد يعهد مؤلف ما

بكل حقوقه لناشر أو أى شخص آخر . ولكن ذلك كله لا يغير مبدأ أن حقوق النشر تبدأ بالناشر وأن كل الآخرين يستمدون حقوقهم منه ) .

وسوف يجد القارئ تفاصيل حقوق النشر والمعقود فى الفصل الثامن عشر من هذا الكتاب ، ولكن يكفى هنا أن نقول ، أنه طبقا للنمط الإكسبريما فى عمومية التطبيق ، فإن المؤلف يبرم عقدا مع الناشر ، مخولا له طبع وبيع نسخ الكتاب مع النص على دفع مبلغ معين للمؤلف ، غالبا ما يكون على أساس عدد النسخ المباعة .

ومن الوجهة النظرية ، فبمجرد التوقيع على العقد ، فإن المؤلف يقدم مخطوطه للناشر . والناشر يطبع النسخ ويوزعها فى حين أن المؤلف ما عليه إلا أن يقعد وينتظر الوفاء باستحقاقاته تباعا وهو يواصل عمله فى تأليف كتابه التالى .

بيد أن المؤلف مختلف جدا فى الواقع من الأمر . فالمؤلف لا تقع على عاتقه مسئوليات ثقيلة فقط يشترك فيها مع الناشر وهى اعداد المخطوط اعدادا كافيا وانفا للناشر الذى يقدمه بدوره للطابع ، وكذلك مراجعة تجارب الطباعة للتثبت من أن الطابع قد أنتج المخطوط مطابقا للأصل مطابقة صحيحة ( انظر الفصل الخامس ) ولكن المؤلف يستطيع أيضا أن يكون ذا عون كبير للناشر فى ترويج الكتاب ( الفصل التاسع ) .

وحتى فى المراحل الأولى عندما يخطط المخطوط ويكتب ( انظر الفصل الرابع عن أطوار التحرير ) فإن المؤلف العاقل لا يتفرد بالعمل كلية ، ذلك أن ناشرًا ابتكاريا خصب الخيال يمكن أن يكون عونًا كبيرًا لمؤلف فى توضيح الطرق التى تمكنه من استخدام معرفته وتطبيق مهارته الكتابية فى مشروع كتاب معين يحتاج اليه العالم - ومن سوء الحظ فإن هذا التطبيق مختلف دائما - وله سوق نافقة .

وغنى عن البيان أن أى مؤلف يحترم نفسه يأبى أن يرغم أرغما ضد رأيه بالقياس الى ما يتبغى له أن يكتب وكيف يكتبه . ففى آفاق مثل القصص والنقد



والمرحيات والشعر ، فإن الكاتب الحساس يجد من العسير تلقى أفكار من الآخرين حتى عندما يكون الناشر مؤهلا لتزويد المؤلفين الراسخين بالنصيحة والمشورة .

بيد أنه في كثير من ميادين الكتابة ، خصوصا في تلك الميادين المتعلقة بعرض الحقائق ، فإن المؤلف وقراءه ( في نهاية المطاف ) يستطيعون أن يفيدوا فائدة عظيمة من اقتراحات وبعد نظر وبصيرة ناشر خلاق .

وثمة أمثلة كثيرة توميء الى كتاب مشهورين اعترفوا على الملأ بالدور الذي لعبه الالهام والتوجيه الحكيم لناشر مبدع ، في نجاحهم وتوفيقهم .

وعلى كل مؤلف أن يقرر لنفسه مدى تقبله للناشر كشريك في مرحلة التخطيط ، ثم أن كثيرا من الأمور تتوقف على روح الثقة المتبادلة القائمة بين الطرفين . فإذا قدر لهذه الزمالة أن تؤتي أكلها ، فإنها خليفة بأن تجلب نتائج باهرة للمؤلف والناشر وجمهور القراء على السواء .

وخلال معظم عصور الانسان منذ كان له وجود ، وفي معظم الأمم ، فإن مهنة التأليف كانت مهنة غير مجزية تتميز ببخس المؤلفين حقهم المادي . ثم أن قليلا من المؤلفين من بين المجموع الكلي ، حتى في الدول الغنية ذات النسبة العالية من القادرين على القراءة ، من استطاعوا أن يعولوا أنفسهم من رزقهم مما يكتبون فحسب .

وحتى في الوقت الراهن عندما يقرأ المرء بيانات عن مبالغ هائلة حقا تدفع لعدد قليل من المؤلفين في بعض البلدان ، وعادة فيما يتعلق بأنواع معينة من إعادة نشر الطباعات التالية ، فإن الوضع ليس مختلفا جدا . أن الاغلبية الساحقة من المؤلفين أشخاص يعملون في ميادين أخرى من العمل ، أما الكتابة فهي بالنسبة لهم مصدر رزق ، عرضا .

ولا مراء في أن المال له أهميته بالنسبة للمؤلفين كما هي الحال بالنسبة لغيرهم من الناس . والمؤلف يطلب ، وبحق ، أن تعالج الناحية المالية من علاقته

مع الناشر ، علاجاً سوياً وشريفاً وعادلاً . ولكن لأن السبب الرئيسى فى الكتابة هو الرغبة فى البلاغ ، فإن المؤلف الحكيم يجعل همه الاول النزاهة والامانة والفعالية التى يعرض بها الناشر رسالته على الناس . اما كل الصفات الاخرى التى يأمل المؤلف أن يجدها فى الناشر — بما فى ذلك القدرة على كسب المال له — فهذه تأتى فى المرتبة الثانية تبعاً لذلك .

وثمة تعليقات أخرى عن العلاقات بين الناشرين والمؤلفين يجدها القارئ منتشرة خلال هذا الكتاب من البداية الى النهاية . وثمة تطبيق خاص عن الجانب المالى من العلاقة موجود فى الفصل الثامن عشر . ولكن النقطة الرئيسية التى يتعين على الناشر والطابع وناشر الكتب أن يتذكروها هى أنهم بدون المؤلف لن يجدوا شيئاً يفعلونه على الاطلاق ، وأنهم ما لم ينجزواعملاً كفذاً فى التصدى لكتابه ، فأكبر الظن ، بل أقوى اليقين أن المؤلف وغيره من المؤلفين على غرارهم سوف يحجمون عن اعطائهم كتباً أخرى فى المستقبل .

بيد أن الشيء الهام الذى يتعين على المؤلف أن يضعه نصب عينيه هو أنه ، مهما تكن الكلمات التى يكتبها من سلاسل الذهب ، فلن يقرأها أحد فيما عدا أسرته واصدقائه ، ما لم يستعن بكل أجهزة صناعة الكتاب لكى تعرضها على المسلا .

## ٢ — الطابع

الطابع هو الصانع . فهو يأخذ المخطوط من الناشر ويكون ويطبع ويغلف النسخة ثم يرسل بالكتب بعد تصنيعها الى الناشر .

وفى ظل كل الظروف الطبيعية ، فهو لا يلعب أى دور فى تقرير ما يطبع ، وانما يقتصر عمله فقط على انجاز العمل الذى يطلبه الناشر وينال أجره لقاءه . ومن ثم فإن الطابع لا يقوم بأية مقامرة فى مشروع أى كتاب معين . صحيح أنه يغامر بعمل تجارى فى انشاء مطبعة بادية ذى بدء عندما يكون غير واثق من كمية العمل الذى سيناله ، ولكن أجره لقاء انتاج أى كتاب معين مسألة

اتفاق راسخ بين الناشر والطابع ، ولا يتوقف على بيع الكتاب ( كما هي الحال بالنسبة لبيع الناشر وحقوق النشر الخاصة بالمؤلف ) .

وإذا عرف الطابع أن الناشر ذو سمعة شريفة ، ولديه رواج وازدهار بحيث يطمئن الى أنه سيدفع له أجره — وربما يطلب الطابع أجره مقدما إذا افتقر الى هذه الثقة — فإن الطابع له ثقة بالربح لاتوجد لدى المؤلف والناشر . ويلغة الاقتصاديين — فعلى الرغم من أن الطابع ( مقاول ) وصاحب عمل ملتزم بنشأته وإدارته لمصلحته ، إلا أنه من الوجهة الرسمية ، ليس شريكا في « مشروع المقاوله » لنشر أى كتاب معين .

وكما سنرى فيما بعد ، فإن الاخطار والأرباح والخسائر الممكنة إنما تقتصر على الناشر .

ولكن القول النظرى عن العلاقة ليس دائما صحيحا فى التطبيق والعمل . وحتى ، بصرف النظر عن الحالات التى تكون فيها دار النشر والمطبعة ملكية مشتركة ، والتى يصبح فيها الطابع هو الناشر للكتاب وصانعه ، فإن الطابع يقوم بإسهامات أساسية فى النشر الناجح لكتب معينة وكذلك فى تقوية ودعم صناعة نشر الكتب بصفة عامة .

أن جودة الطبع ، وتزويد الكتاب بالورق المناسب ، والمتابعة الامينة لمواقيت الانتاج ، والدقة فى قراءة تجارب الطبع ، الخ ، كلها عناصر واضحة بينة فى نجاح أى كتاب معين ، بحيث غالبا ما تؤثر فى الرواج الحقيقى للكتاب وبيعه ، ولها دائما شئ من التأثير فى كيفية وصول رسالة المؤلف للقارئ بوضوح وجلاء .

وفى حالة مواقيت الانتاج ، فإن اخفاق الطابع فى الوفاء بالتزامه ، خلىق بأن يحول دون وصول الرسالة بتاتا ( على سبيل المثال الكتب الدراسية ) ، ذلك أن الكتاب لابد أن يكون موجودا فى وقت معين إذا قدر له أن يشتريه زبائنه الطبيعىون .

وثمة مزيد من التعليق على العلاقة الطبيعية القائمة بين الناشر — الطابع —

المؤلف ، فى سياق لاحق • بيد أنه جدير بالذكر هنا أن نفوه بالإسهامات الرئيسية التى فى وسع طابع نكى أن يسهم بها لمصلحة الناشر ( ومصلحته ) بالتعاون الخاص خارج مسؤولياته المعتادة • وعلى سبيل المثال لا الحصر فى هذا الصدد هو الاسهام فى مجال تصميم وهندسة الكتاب ، نوع ونظام حروف الطباعة ، ترتيب الصفحات ، ألوان الحبر ، اختيار الورق ، نوع التغليف ، ولم جرا •

وفى البلاد ذات الصناعة المتطورة فى الكتب ، يوجد لكل ناشر مصمم خبير ، اما كموظف دائم عنده وأما كمستشار منتظم بأجر يتفق عليه • والطابع ينفذ تعليماته كما يتبع البناء المهندس • على أنه فى كثير من الدول النامية فى آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية ، تكاد مهنة تصميم الكتاب تكون غير معروفة ، أو على الأقل فإن المصممين ليسوا موجودين على نحو منتظم ، ومن ثم فإن المخطوط يترك كليا للطابع •

إن الطابع الذى يدرك مصلحته الخطيرة فى تحسين نشر الكتاب فى بلده لن يقتصر عمله فحسب على مجرد « تجميع الكتاب » وإنما يحاول ، ليس فقط ، أن يصمم الكتاب بخوبى ولكن أيضا أن يرفع المستويات العامة للتصميم والصناعة فى الوقت ذاته •

والاهم من ذلك كله هو أن فى وسعه أن يساعد فى جعل الناشر ملما بمشكلات وأساليب التصميم والصناعة ، ويأخذ بيده تدريجيا نحو تقبل المسؤولية الكاملة للناشر •

ولا يمكن أن يتم ذلك بغتة • وفى نفس الوقت ينبغى أن يكون الناشر ممثنا ومعتزقا بالجميل لقاء الطريقة التى يؤدى بها الطابع دوره فى ميدان يعتبر فى الدول المتطورة من أعمال الناشر • وثمة ميدان آخر الى جانب التصميم يؤدى فيه اهمال الناشر لمسؤوليته فى النشر الى أضلغة عبء جديد على الطابع، وهو عبء خليف فى هذه الحالة بأن يزيد من ثمن طبع الكتاب على الناشر زيادة

كبيرة • وهذا الميدان ينصب على عمليتي التحرير وقراءة تجارب الطبع ، وعلى العلاقات العامة مع المؤلف بالقياس الى مخطوط في أثناء طبع الكتاب .

وفي صناعة الكتاب المتطورة ، فان الناشر هو الذى يتسلم المخطوط من المؤلف ، وبعد تحريره وتنقيحه ( انظر الفصل الخامس ) يسلمه للطابع ، والطابع يسلم التجارب للمؤلف عن طريق الناشر ، ثم يتسلم ثانياً التجارب المصححة على نفس النوال .

على حين انه فى كثير من الدول النامية ، فان الناشر ليس لديه محرر لتنقيح المخطوط ، وغالباً ما يقتصر على احوالة المؤلف الى الطابع ، تاركا لهما معالجة وحل المشكلات حتى يتم طبع الكتاب .

ولان قليلا من المؤلفين من يعلمون شيئا عن المشكلات الفنية للطباعة ( بل ان معظمهم ليسوا مصححين جيدين لمؤلفاتهم نفسها ) ، ولا الطابعين لا يمكن أن نتوقع منهم الاحتفاظ بهيئة محررين بالاضافة الى عمالهم الفنيين فى الطباعة ، فان نتيجة مواصلة علاقات مع المؤلف بدون مساعدة من الناشر ، عادة ما تكون غير مرضية ، بل انها من الممكن أن تكون خبرة مزعجة مرعبة للطابع والمؤلف وباهظة التفتلت على الناشر الذى يتعين عليه فى النهاية ان يدفع قائمة الحساب .

هنا أيضا ، يستطيع الطابع أن يساعد الناشر فى الالام بالمزايا الاقتصادية التى يجنيها الناشر من أن يمسك بيده زمام تلك الجزء من عمل الناشر الذى اعتاد الطابع أن يعمل له • وفى نفس الوقت فان الناشر يستطيع أن يصر على انه خير للطابع أن يتولى مهمة ، طالما اغفلها ، وهى مهمة قراءة تجارب الطبع •

وكما هو واضح بمزيد من التفصيل فى الفصل الخامس ، فان الطابع ، فى صناعات الكتب المتطورة ، هو المفروض أن يقدم تجارب الطبع بحيث يتطابق المطبوع والمخطوط ، فالغرض الرئيسى من مراجعة تجارب الطبع على يد المؤلف

والناشر هو اعطاء المؤلف فرصة رصد الاخطاء الطبوغرافية التى تقع من حين لآخر ، والتى تغتفر على مصححي الطابع .

ولكن فى معظم دول آسيا وأفريقيا ، حتى فى الكثير منها ذات صناعة الكتب المتقدمة ، فان الطابع لا يقوم بمهمة مراجعة تجارب الطبع ، أولا يؤدي هذه المهمة على أى مستوى فنى متخصص مهنى . ومن ثم فان تجربة طبع معادة الى طابع آسيوى أو افريقى بعد قراءتها على يد المؤلف قد تستدعى مثلث أو أكثر من التصحيحات فى نفس المساحة التى ما كتبت تحتاج الا الى خمسة أو ستة تصحيحات فى بريطانيا أو ألمانيا ، ومزيد من الاخطاء تحدث طبعا ، فى تصحيح التجارب الاولى ، وهلم جرا .

فاذا استطاع الطابعون أن يقيموا الناشرين بالاضطلاع بمسئوليتهم فى تحرير المخطوط وعلاقات المؤلف فان الناشرين سيكون لهم الحق الذى يسوغ لهم أن يطلبوا بدورهم ، أن ينشئ الطابعون هيئة .موظفين متخصصة فى مهنة قراءة تجارب الطبع ، قادرين على اثبات أن المطبوع من وجهة نظر الطابع فى مطبوعته للمخطوط ، قريب من الكمال .

وثمة ناحية أخرى يمكن أن تختلط فيها وظائف الطابع والناشر ، الا وهى تمويل رأس المال .

فعلى الرغم من أن الناشر هو المفروض أن يدبر المال لمشروع كتاب ، وهو فى الواقع من الامر يفعل ذلك فى النهاية ، الا أن كثيرا من الكتب تستغرق وقتا طويلا فى الانتاج ، وما لم يكن ثمة تدبير للناشر لى يدفع على أقساط فى مواقيت معلومة فقد ينتهى الامر بأن الطابع هو الذى أمد المشروع بقسط كبير من رأس المال المستثمر فى أثناء فترة الانتاج كلها بواسطة دفع أموال من جيبه الخاص لشراء الورق ودفع أجور العمال ، الخ .

والطابعون يعرفون ذلك طبعا ، وإذا كان عندهم نظام حسابات سليم فانهم يدرجون نسبة فائدة الربح على ذلك المال ضمن النفقات التى يطلبونها من الناشر لطباعة كتبه .

ولكن الناشر ينبغي أن يكون واعيا سواء بسواء ، باسهام الطابع ، ومن أجل مصلحته مستقبلا ، أن لم يكن من أجل أى سبب آخر ، ينبغي أن يكون سريعا ومستعدا دائما في دفع المال للطابع في المواعيت المتفق عليها ، وكل طرف يستطيع أن يساعد نفسه والطرف الآخر بالتحليل المشترك لمشكلة مطالب رأس المال القصيرة الأجل والسعى المشترك في طلب حلول تعين الطرفين .

وثمة نقطة أخيرة عن العلاقات بين الناشر والطابع وهى مصلحتهما المشتركة في التحسين الفنى لصناعة الكتاب ومتابعته لطرز العصر الحديث . وان الطابع ليكون أحق اذا اضطلع بمشروع كبير يتابع فيه الطراز الحديث لانتاج رخيص لكمية كبيرة من الكتب ، اذا لم تكن لديه فكرة عن مصادر تمويله .

ومن جهة أخرى فإن الناشر الذى يهدف الى التوزيع الضخم لن يستطيع شيئا اذا كان بلده لا يملك سوى عتاد عتيق عاجز عن انتاج كتب بكميات ضخمة وبأسعار زهيدة .

ان الدراسة المشتركة لهذه الامكنات والادراك المشترك للمصلحة المشتركة فى حل المشكلات انما هى ضرورات محققة واضحة وضوح الصبح لذى عينين .

فطابع الكتاب الذى لديه فكرة واضحة عن مصلحته الاقتصادية المشتركة ، فكرة خليقة بأن تزداد وتزكو باحساسه بالوطنية ، قمين بأن يهتم ويعنى بتطور ونمو صناعة الكتاب برمتها ، وبالعوامل المؤثرة فيها ، وبما فى ذلك من أمور مثل تنمية الوعي بالقراءة ، وتطور وانشاء المكتبات التى سنتناولها فى الفصل السادس ، والتوسع فى التعليم ورفع مستواه ، وتعبير الوسائل الميسرة لنقل الكتب بالبريد ، والسلامة الاقتصادية لبائعى الكتب ( بالقطاعى أو التجزئة ) ، الخ .

ان الطابع وحده ، لن يستطيع انجاز الاصلاحات المطلوبة ولكنه خليق بأن يظن الى كلا الحافز التجارى والحافز الوطنى سواء بسواء لكى يضم

جهوده الى الفروع الاخرى من صناعة الكتب وروادها ، متخذاً سبيلاً على منوال تلك الطرائق المقترحة فى الفصل السابع .

### ٣ - بائع الكتاب

يتسلم بائع الكتاب الكتب مباشرة أو بطريق غير مباشر من الناشر ، وهو يشتريها بخضم فى الثمن ويبيعها بثمن أعلى للمشتريين من مخزنه أو ورائته ( محل بيع الكتب ) أو بأية طريقة أخرى . وهو ، عادة آخر رجل أمام المشتري ، فى حلقات السلسلة التى بدأت بالمؤلف .

والمشكلات الخاصة بالنوع العادى من محل بيع الكتب بالتجزئة مشروحة فى الفصل العشرين . نريد اننا بالنسبة لمآرب هذا الفصل من الكتاب نعى بكلمة « بائع الكتاب » أنها تتضمن ليس فقط محل بيع الكتب المؤلف الشائع ، وإنما أيضاً كل بائع التجزئة الآخرين الذين يقفون بين الناشر ، والمستهلك النهائى . ومن ثم فهى تشمل حتى صاحب تصليح الدراجات الأمى ، الذى لديه حامله كتب مقسمة صفت عليها الكتب ذات الطبعة الرخيصة للبيع ، أو البائع المتجول الذى يحمل حقيبة كتب فى قرية من قرى الريف .

ان الوجود المستمر للكتب أمام المشتري ، يعتبر واحداً من أهم السبل المفضية الى ولوج أبواب اتساع سوق الكتاب ، سواء أكان ذلك فى الامم المتقدمة أم الامم النامية . كما أن له نفس الأهمية عند صاحب العقيلة التجارية فى صناعة الكتاب ، ورجل الحكم التربوى المهتم بنشر المعرفة بين المواطنين سواء بسواء .

وانه لفى مصلحة الناشر الى حد كبير ، وكذلك الجمهور عموماً ، أن تزدهر تجارة بيع الكتب بالتجزئة . ان كل خطوة يتخذها أى ناشر لزيادة مبيعاته المباشرة للمستهلكين ، أو للبيع عن طريق مسالك جديدة ، ينبغى أن تحظى بكل دقة وتحوط ، وتعتبر بالقياس الى النتائج السيئة الممكنة أو المحتملة على بائع الكتب .



وكما هو الشأن فى أوروبا وأمريكا ، فكنك الامر بالقياس الى الدول النامية ، اذ سوف تكون هناك مناسبت يشعر فيها الناشر ان ثمة طريقة جديدة للتوزيع ( مثل خطة التوزيع الضخم الواردة فى الفصل الثالث عشر ) ، كفيلة بأن تنتج عددا كبيرا جدا من القراء وتحمل المبيعات بعيدا الى مناطق عديدة ، ومن ثم يجب تجربة هذه الطريقة على أية حال على الرغم من معارضة بائى الكتب .

بيد ان ثمة مناسبات أخرى ، لابد ان تنجم عندما لا يضاف أى قراء جدد ، وان كان الناشر يحنى ربحا اضافيا صغيرا مثلا بأن يبيع لمكتبة مباشرة بدلا من البيع عن طريق بائع الكتب بالتجزئة .

وفى مثل هذه الحالات ينبغى للناشر ان يفكر طويلا وبإمعان قبل ان تتخذ خطوة ضارة ببائع الكتب الذى هو فى الواقع من الامر اقوى حليف اقتصادى له ومصدر الكثير من ربحه المستقبل .

ان سبلا جديدة للتوزيع تنشر بخير كبير لآسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية ، ولكن هذه السبل ينبغى أن تفحص فحوصا دقيقا .

على انه ينبغى للناشر والجمهور الا يغفلوا الاسهام العظيم لمصلحة الجميع الذى يسهم به بائع الكتب التقليدى الذى عنده مؤونة كبيرة من الكتب المختلفة عن موضوعات كثيرة ، والتى يستقيها من قوائم كثير من الناشرين . ان مثل هذا المحل لبيع الكتب ، او مكتبة بيع الكتب ، انما هى مؤسسة تربوية تثقيفية لا تفوقها فى الاهمية سوى المدرسة او المكتبة العامة . انه مشجع فى المرتبة الاولى للقراءة وجالب لمبيعات الكتب .

ومهما تطورت وسائل التوزيع الضخم ، ومهما بلغت من الفعالية والنجاح ، ومهما زادت عضوية نوادى الكتب واتسع نطاقها ، فان مكتبة بيع الكتب وحدها هى الفائرة على ان تعرض للبيع انواعا متعددة كافية من الكتب لشحن كل الاهتمامات وخدمة كل الانواق .

وكلا الناشر والجمهور ينبغي أن ينظرا بعين التقدير للنققات الهائلة التي تحملها مكتبة بيع كتب مناسبة ، اذ تتوافر فيها في كل الاوقات تلك المجموعة الكبيرة المتنوعة من الكتب التي تتيح للمشتري أن ينتقى منها ما يشاء . وثمة وسائل عديدة يمكن للناشر أن يساعد بها بائع الكتب في هذا الصدد . وفي البلاد التي لديها تقليد يبيع للناشرين أن يعملوا أيضا كبائعي كتب تتخذ طرق المفاضلة أو المبادلة بين البيوت التجارية أو الشركات لتتلافى استعمال الدفع المباشر من أجل تمييز مال بائع الكتب بالقياس الى قائمة الجرد أو الدليل التجاري .

وأيما ما كانت العلاقات التجارية ، فلا المصلحة الاقتصادية للناشر ولا مصلحة المجتمع في القراءة والتعليم ، تسمح باغفال بيع الكتب بالتجزئة .

ان رقم المال الذي يسجله المعداد او مسجل النقود ناطقا بمبيعات موزعي بيع الكتب بالتجزئة هي أية أمة ، هو الذي يقرر المسير النهائي لصناعة الكتب في أية أمة .

#### ٤ - الناشر

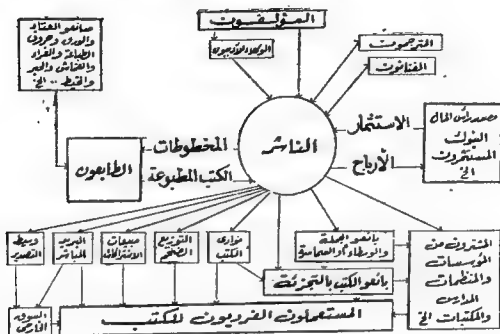
والآن يأتي دور الشريك الرابع ، الناشر نفسه ، وهو ، علاوة على ما لديه من أعمال ووظائف خاصة ، يكون المدير العام أو المشرف العام على مشروع نشر الكتاب برمته .

وسوف نتوخى الإيجاز هنا في التعليق ، وإن كان ذلك لا يفى الموضوع حقه لأن معظم هذا الكتاب ينصب على الناشر ، ولأن الملاحظات العرضية عن وظيفة الناشر سبق ذكرها في سياق التعليقات في فصول سابقة عن المؤلف والطابع وبائع الكتب .

وكما هو مبين بالشكل رقم ١ فإن وضع الناشر مركزي في الخطة العامة ، وله علاقة من نوع ما تربطه بكل عنصر من العناصر الأخرى على حدة .

فالناشر هو الذي يتسلم المخطوط من المؤلف ، ويدبر المال من لدنه أو من موارد أخرى ، ويستأجر خدمات الفنانين والمترجمين وغيرهم من خبراء

## صناعة الكتاب



شکل رقم ۱

التحرير ، واللجان الفنية ، ويشرف على عمل الطابعين ، ثم يوجه التوزيع الى السوق المأمول للكتب التي تم انتاجها .

أن الناشر هو الرجل الذي يضغط الزر المحرك لكل أجهزة عملية نشر الكتاب .

والوضع المركزى للناسر يجعله فى مركز الرؤية الشاملة المحيطة التى ليست ميسورة المنال بالنسبة للشركاء الاخرين ، ومن ثم مزيدا من المسؤولية للرؤية كل الابعاد والاعماق ، وللفكر المتخيل والتخطيط للمدى الطويل وروح التجريب .

وإذا اقترب بلد الى كتيبة من الناشرين بتلك الروح ، فهي قمينة بأن تظل تسير متراخية على نفس الدروب القديمة ، وتمخض في نفس الاخاديد التقليدية للنقات الباهظة وعدم الكفاية في التسويق ، والتطور العاجز للمشروعات التحريرية .

يمثل هذه الكتيبة من الناشرين ، ويزداد نسبة القادرين على القراءة والكتابة على نحو موصول ، وبوجود الرغبة العامة التي تكاد تكون عالمية لزيد من التعليم الاحسن ، فلا يوجد حد للتطور الممكن لنشر الكتب فى اى بلد تقريبا من آسيا وافريقية وامريكا اللاتينية .

وثمة نواح خاصة كبيرة لموظيفة ناشر الكتب - فى عمله المباشر ، وكقائد للشركاء الاخرين - يجدها القارئ فى سياقها المناسب ، معالجة تحت عناوين مختلفة فى هذا الكتاب . بيد أنه قد يكون من النافع هنا أن نذكر الاقسام الرئيسية لدار من دور النشر .

وهناك ثلاثة أعمال رئيسية يؤديها الناشر ، وهذه الاعمال ينبغى النظر فى كل منها على حدة وكذلك فى علاقتها مرتبطة بعضها ببعض ، سواء اكانت المؤسسة دارا كبرى للنشر تضم عددا كبيرا من الموظفين ، أم مشروعا صغيرا على سبيل المغامرة ، يقوم به شخص أو شخصان فى البداية .

ان بعض دور النشر الهامة فى اوربا والولايات المتحدة الامريكية بدأت برأس مال متواضع . ومكتب صغير جدا ، ورجل وزوجته هما كل هيئة الموظفين .

فاذا وضعنا فى ذهننا أن التقسيم يمثل أسلوب الناشر الفردى فى النظر الى الأمور ، بدلا من جماعات من الناس تملو أبوابها بطاقات وعلامات ، فهذه هى الأقسام الرئيسية فى دار من دور النشر :

**التحرير :** أنظر الفصل الرابع ففيه تعليق على الخطوات الاولى فى تطور مراحل المخطوط ، والفصل الخامس الذى يناقش عملية اعداد المخطوطات للطباعة .

**الإنتاج :** بما فى ذلك تصميم الكتاب وتبدير صناعته على يد طابع ، أنظر الفصلين السادس والسابع .

**البيع :** أنظر الفصلين الثامن والتاسع . أما بالنسبة لترويج الكتاب فى المدى الطويل ، فانظر الفصلين السادس عشر والسابع عشر .

## وظيفة البلاغ

ان الفكرة الأخيرة التي ينبغي ان نتفكرها بالنسبة لعمل الناشر في المجتمع هي ان عمله هو البلاغ - والحادث ان الكتاب في الوقت الحاضر هو أقوى عدة وأهم أداة لهذا الغرض ، ومعظم الناس يعتقدون أنه سيستمر كذلك مهما حدث من تطورات جديدة مذهشة مثل التليفزيون للاغراض التربوية والاذاعة التابعة . بيد ان الناشر الحصيف خليك بأن يدرك ان استعمال الكتب ، لابد ان يقترن ، يقينا ، باستعمال الوسائل الأخرى في الفترة القادمة ، وهو خليك أيضا بأن يعترف بهذه الوسائل ، لا على اعتبار أنها اعداء لمصلحته ، وانما كوسائل للبلاغ والاتصال يجدر به ان يستعملها لنفس الاغراض التي يستعمل من أجلها الآن الكتب فقط .

الجزء الثاني  
عملية نشر الكتاب



## الفصل الثالث

# اقتصاديات نشر الكتاب

ناشر الكتاب هو شخص يستثمر أمواله في الكتب ، فهو يدفع الأموال للمؤلف والمترجم والفنان والمحرر والطابع وصانع الورق . الخ لانتاج الكتب ، كما يدفع الأموال الى البائعين والمعلمين . الخ ، الذين يعاونون في تسويقها ويسترد أمواله من بائعي الكتب . أو غيرهم ممن يشترون منه هذه الكتب ، أو يشترون منه حقوق استغلال محتويات الكتب في أغراض أخرى ، ويهدف من ذلك الى تحقيق فائض من الأموال أكثر مما قام بسداده .

تلك هي القصة الكاملة « لاقتصاديات نشر الكتاب » ، وإن كل شيء آخر ورد في هذا الكتاب أو جاء في ملايين الكلمات التي كتبت عن هذا الموضوع بمختلف اللغات على مر السنين ، لا يخرج عن أن يكون تجلية لهذا المبحث الاساسي .

وكما هي الحال في أى تجارة ، يسمى ناشر الكتاب الى أن يزيد من إيراده وأن يخفض من تكاليفه ، ولكن يجب أن ينفق المال ليزيد العائد .

والهدف من هذا الفصل هو دراسة علاقة التكاليف وارتباطها بالإيراد والربح النهائي . وأضمن طريقة لزيادة الربح هي زيادة مبيعات الكتب . وهذا قول أكثر عمقا مما قد يبدو لأول وهلة ، ذلك لأنه يركز على مبدأ أساسى في ميدان نشر الكتاب : هو أن **كلفة النسخة الواحدة** تستمر في الإنخفاض ، انخفاضاً ليس بالقليل ، ولكن بطريقة محسوسة بزيادة الكمية .

وكما سيتضح لنا بعد لحظات فإن هذه الزيادة المثيرة ليست فقط بالنسبة لتكاليف الانتاج ، ولكنها أيضاً تزيد بنسبة أكبر أو أقل درجة بالنسبة لباقي عناصر نفقات النشر الأخرى .



والناشر الناجح هو الذى يدرك هذا المبدأ ويعمل على الاستفادة منه .

وهذا هو الذى يحدد الفرق بين صناعة الكتاب الضخمة القوية المنتشرة المريحة وبين تلك التى تنهادر وتتعرض سرياً وراء المبادئ القديمة ، أسعار عالية ومبيعات أقل ، وأرباح محدودة ، وما يترتب عليها من بعض أضرار بالاققتصاد القومى .

ومن الطبيعى فان الناشر سيقوم بأداء أعمال كثيرة قبل أن يهلل قائلاً : « أننا منذ الآن سنبيع عشرة آلاف نسخة بدلاً من ألف نسخة من كل كتاب » .

فان الواجبات التى يتطلب العمل أداءها ليست فقط فى قسم مبيعاته أو حتى فى دار نشره ، انما يتطلب الأمر معاونة شركائه الآخرين تحت قيادته .

وان كل فصل من فصول هذا الكتاب يتناول الطريق الذى يتعاون فيه هؤلاء الشركاء للوصول الى الهدف المنشود وهو التوصل الى « العدد الأكثر من النسخ بأقل تكلفة »

وإذا كان الجهد المبذول ناجحاً فان كل شخص سيجنى ربحاً ، إذ تزداد حقوق التأليف للمؤلف ، وتزداد كمية الطباعة ، والكمية المستهلكة من منتج الورق ، وزيادة مبيعات الموزع ، وخدمات أكثر لجمهور القراء وكذلك يحقق الناشر أرباحاً أكبر .

## الطريقة الأولى :

توجد طريقتان لدراسة عناصر تكلفة نشر الكتاب :

**الطريقة الأولى :** وهذه الطريقة تأخذ فى الاعتبار جميع المراحل التى تم تنفيذها فعلاً فى إنتاج الكتاب ، ولهذا فان التكاليف تتحدد فى ثلاث مراحل :

### مرحلة إعداد التحرير

وتشمل ما يدفع من حقوق للمؤلف وأتعاب ومرتبوات للمصمم والمراجع

والمحرر والمصحح والمترجم ( إذا كان الكتاب مترجما وليس مؤلفا ) . . . الى غير ذلك مما يتعلق بهذه المرحلة من تكاليف .

### مرحلة الإنتاج الفعلى

وهذا يتمثل فى مدفوعات الناشر للمطبعة لطبع الكتاب ، ومدفوعاته ( سواء بطريق مباشر أو بطريق المطبعة ) ، ثمنا للورق والحبر والقماش والجلد والخيط أو السلك . . . أو الغراء . . . الخ .

### مرحلة التسويق والتوزيع

<sup>١</sup> ويشمل ذلك مصروفات الباعة وقسم الطلبات والشحن والاعلان ووكلاء البيع . . . الخ . وهذه هى الطريقة المنطقية لدراسة التكاليف وفى بعض الاحيان هى أفضل طريقة . ولكن هناك طريقة أفضل للتوصل الى تحليل العوامل التى تؤثر فى تكاليف الكتاب ، وبالتالى فى حجم ربح الناشر .

وهذه الطريقة الثانية هى التى يلجأ اليها الناشر ذو النظرة الثاقبة عندما يحدد عدد النسخ الواجب طبعها ، وما هو سعر البيع المناسب ، وما هى الالتزامات التى يواجهها لسداد نفقات اخراج الكتاب أو مطالب المؤلف فى زيادة حقوقه مقابل زيادة عدد النسخ المتوقع طبعها ، الى آخر ذلك من الالتزامات .

وفى ضوء هذه الطريقة بالتقسيم النوعى للمصروفات فى المراحل السابقة يمكن دراسة اثر توزيع هذه المصروفات بالنسبة لهذه المراحل وتغيرها بنسبة عدد النسخ المطلوب طبعها كالآتى :

#### ١ — تكاليف متزايدة تلقائيا

وهذه التكاليف تتزايد تلقائيا فى حالة زيادة عدد النسخ وهى :

#### ١ — مدفوعات حقوق المؤلفين

وغالبا ما تكون بنسبة معينة من حجم مبيعات نسخ الكتاب وأحيانا بمبلغ ثابت لعدد محدد من النسخ المطبوعة .

## ب - مصروفات لأعمال الطباعة والتجليد

( ويلاحظ أن هذه المصروفات لا تشمل تكاليف مرحلة جمع وصف الحروف حيث أن هذه المرحلة من المصروفات الثابتة كما سيشار إليها فيما بعد ) .

## ج - قيمة المواد الخام

سواء دفعت بطريق المطبعة أو بطريق مباشر لشراء الورق والحبر والقماش والخيط والملك والغراء .. الخ .

## ٢ - تكاليف غير متغيرة

وهذه التكاليف ثابتة لا تتغير بالنسبة للكتاب مهما يكن عدد النسخ التي يتم طباعتها وهي :

### ١ - تكاليف أعمال التحرير

وتشمل مصروفات التحرير والتصميم والرسوم وتصميم الغلاف .. الخ .

### ب - تكاليف الإعداد للطباعة

وتشمل تكاليف صف الحروف والجمع وكتابة الخطوط ، والرسوم ، والحفر والزنكوغراف ، ويتميز آخر : المراحل التحضيرية التي تبدأ قبل وضع الحبر على الورق للطباعة .

### ٣ - تكاليف متغيرة

وهذه التكاليف تتغير طبقا للسياسة التي يتبعها الناشر ، أي تتزايد بطبيعتها كلما زاد عدد النسخ ولكنها لا تتبعها تلقائيا .

### ٤ - تكاليف اضافية

وهي التكاليف التي يتحكم فيها الناشر الى حد ما ، من واقع خبراته في توقع

رقم مبيعاته الاجمالي من الكتب التى يقوم بنشرها ، ولكنها بصفة عامة تعتبر « تكاليف ثابتة » وتتمثل فى المصروفات الادارية والحسابات والضرائب والايجار والفوائد على رأس المال المقترض وغير ذلك من التكاليف .

وكل نوع من هذه المصروفات جرى بحثه فى أحد فصول هذا الكتاب .

ولكننا نورد هنا بعض التعليقات على مثال لكل نوع من هذه المصروفات حتى يتضح لنا التباين بينها بوضوح :

١ — الورق وهو مثال واضح لهذا النوع من المصروف الذى يتزايد أو يتناقص بطريقة مباشرة نسبيا مع عدد النسخ .

فان كمية الورق التى تلزم لطبع عشرة آلاف نسخة يعادل عشر مرات كمية الورق المطلوب لالف نسخة فقط .

وبالرغم من أن هناك تفاوتاً فى سعر الورق عند شرائه بالجملة عنه بكمية أقل الا أنه يمكن القول بصفة عامة ان كلفة الورق تتمشى مباشرة بنسبة طردية مع عدد النسخ .

٢ — ومن ناحية اخرى فان عملية جمع وصف أو سبك الحروف لهى مثال واضح للتكاليف الثابتة التى تلزم للكتاب . مهما يكن عدد النسخ التى سيجرى طبعها . فانه عندما يجرى العمال اعداد مرحلة الجمع أو السبك ، فان عملهم يصبح بعد ذلك منتهايا تقريبا والتكلفة محددة سواء طبعت نسخة واحدة أو مليون نسخة ، ونظرا لأن جملة كلفة عملية الصف والجمع أو السبك لا تتغير فان كلفة الوحدة تتناقص بطبيعة الحال كلما زادت الكمية المطبوعة .

وعلى سبيل المثال اذا بلغت جملة هذا المصروف ١٠٠٠ جنيه وطبع من كتاب ١٠٠٠ ( الف نسخة ) فان نصيب النسخة الواحدة من هذا المصروف ١٠٠٠ جنيه واحد للنسخة الواحدة . واذا طبع ١٠٠٠٠ ( عشرة آلاف نسخة ) فان كلفة النسخة من هذا المصروف تتناقص حتى تصبح ١٠٠ — ( مائة جنيه ) فقط للنسخة الواحدة — وهكذا .

٣ — وفي النوع التالي — فإن الاعلان هو ذلك النوع من المصروف الذي تتحكم فيه سياسة الناشر وفقا لعدد النسخ ، ولكن ليس هناك معيار ثابت بشأنه . فبعض الناشرين يرسمون خططهم بصرف نسبة ثابتة من الإيراد السنوي للمبيعات على الاعلان ، ويستخدمون هذا الاعتماد بل ويتجاوزونه .

ولكن المصروفات على كل كتاب على حدة تتحدد فى ضوء عوامل مختلفة بينها نوع الكتاب ، وكذلك الكمية التى يتوقع الناشر بيعها وتوقعاته فى مدى تقبل الجمهور للأنواع المختلفة من الاعلان وغيرها .

٤ — وفي النوع الآخر — التكاليف الإضافية — فمن الواضح أن معظم تلك المصروفات تربط بطريقة ثابتة ، ولا يمكن على الأقل تغييرها تغييرا كبيرا فى فترة ضيقة من الوقت ، أو على الأقل بالنسبة الى أى كتاب .

وبالرغم من أن الناشر قد يلحق أو يفصل من موظفيه الإداريين أو المحاسبين ، أو يجرى أى تعديلات تتعلق بزيادة تخفيض حجم أعماله ، فانه لا يمكنه أن يقتطع أو يبيع نصف مكتبه أو مخازنه أو حتى وسائل نقله اذا تناقصت أعماله فجأة بمعدل ٥٠٪ فى المائة . ومن هذا المفهوم كن وصفا لهذه التكاليف بأنها « ثابتة » .

إن الناشر يريد أن يتضمن السعر الذى يطلبه من مشترى الكتب نسبة من الزيادة فى مقابل التكاليف الإضافية .

وليس من الميسور احتساب ما يضاف من التكاليف الإضافية لكل كتاب ، ولكن يمكن تقدير جملة التكاليف الإضافية السنوية التى يمكن اضافتها على جملة كتب الناشر ، وبذلك يمكن تخصيص نسبة منها لكل كتاب على حدة بطرق مختلفة .

وبين الطرق المألوفة المتبعة افترض أن التكاليف الإضافية فى المستقبل ستعادل مثلتها فى العام الماضى من حيث نسبة صافى المبيعات .

فلذا بلغت مبيعات العام السابق ١٠٠٠٠٠ جنية وبلغت التكاليف الإضافية

١٠٠٠٠٠ جنيه ، فان الناشر سيقدر لنفسه عن العام التالي نسبة التكاليف  
الاضافية للمبيعات بما يعادل ٢٥ في المئة .

واذا تمسكنا مع هذا المثال استكمالا للايضاح فان الناشر اذا قدر لمبيعاته  
١٠٠٠٠ جنيه من كتب معين ، فانه يقدر لنفسه تقديرا جزافيا ان المصروفات  
الاضافية سوف تعادل ٢٥ في المائة من ١٠٠٠٠ جنيه ، اى ٢٥٠٠ جنيه .

ونسبة ٢٥ في المائة المستخدمة انما اتخذت على سبيل المثال فقط، وتختلف  
هذه النسبة اختلافا كبيرا بين قطر وآخر . ومنمود أيضا الى مسألة التكاليف  
عندما نتناول ارقام المصروفات وارقام الإيرادات معا فى القسم الاخير من هذا  
الفصل . ولكن دعنا نشاهد أولا ما الذى يحدد ما يحققه الناشر من إيرادات  
المبيعات .

### الإيرادات

تترأى المؤثرات الاساسية فى رقم الإيرادات بين المبيعات بصورة غامضة  
لمعظم الأشخاص البعيدين عن نشاط صناعة الكتاب . فاذا سمع شخص  
لا ينتمى الى هذه الصناعة ان ناشرا قد قام بطبع خمسة آلاف نسخة من كتاب  
سعر بيع النسخة منه ١٠٠٠ جنيه واحد ، يادر الى القيام بعملية حسابية  
سريعة يقرر بعدها ان الناشر سيحقق إيرادا قدره ٥٠٠٠ جنيه . فما اكبر الخطأ  
هنا ! ان هناك أربعة عوامل يضعها الناشر فى اعتباره عند حساب إيراده  
المتوقع :

### سعر البيع

لاسباب منقوم بدراستها فيما بعد ، تختلف العلاقة بين اجمالى كلفة الكتاب  
وسعر البيع اختلافا واضحا فى آسيا وافريقية عنها فى أوروبا والولايات المتحدة  
الامريكية . فبعض الاسيويين يتخذون قاعدة عامة لتحديد سعر البيع هى  
مضاعفة كلفة الكتاب بمعدل يتراوح بين ٢٥ ، ٣٥ مرة لاحتساب سعر البيع .

وفي بعض دور صناعة النشر في أنحاء أخرى من العالم يتراوح هذا المعدل بين ٤ ، ٤٥ ، ٥ ، ٦ مرات وحتى أكثر من ذلك في بعض أنواع الكتب .

### عدد النسخ المباعة

وهذا في الواقع هو أكثر العناصر مخاطرة في مشروع نشر الكتاب . فإذا كانت معظم نسخ الطبعة لم يتم بيعها فإن جميع التقديرات تكون خاطئة ، وعلى العكس إذا تم بيع نسخ الطبعة فإن ذلك لن يمثل جميع النسخ بسبب : أ - النسخ المجانية التي تمنح للدعاية والإعلان . ب - النسخ التالفة .

### الخصم المسموح به للموزعين ومستوى الكتب

يحصل موزعو الكتب دائماً على خصم من الناشر ، كما يحصل تجار الجملة والسماسرة على خصم إضافي ، كذلك هناك أنواع من المشترين يحصلون على خصومات متنوعة على بعض أصناف الكتب وأحجامها . وبالرغم من أن المشترين يدفعون القيمة كاملة فإن متوسط المبيعات لكبار المشترين يتم بخصومات كبيرة . وفي الولايات المتحدة الأمريكية فإن الخصم يرتفع حتى يصل إلى ٥٥ في المائة وأحياناً يزيد ، ونسبة الخصم على معظم مبيعات الكتب عامة تبلغ ٤٤ في المائة . وفي أوروبا فإن نسبة الخصم تميل إلى أن تكون أقل بكثير مما هي عليه في آسيا وأفريقية .

### تكاليف التسويق العرضية

وهذه التكاليف تتضمن عمولات لبعض أنواع الباعة ، والديون المشكوك في تحصيلها من المشترين ومصروفات البريد التي يتحملها في هذه الحالات وغيرها — وهذه التكاليف قد تتراوح بين مبالغ صغيرة جداً وبين أكثر من ١٥ في المائة .

وفي المثال السابق لطابع ٥٠٠٠ نسخة من كتاب سمر يبعه جنيه واحد دعنا نفترض أن هناك ١٠٠ نسخة تالفة أو وزعت هدية بدون مقابل ، وبذلك يكون

هناك ٤٩٠٠ نسخة للبيع ، وأن الخصم يعادل ٢٥ في المئة وإن التكاليف العرضية للتسويق هي ٣ في المئة فإنا عندئذ نحصل على النتيجة الآتية :

مليم جنيه	
قيمة بيع ٤٩٠٠ نسخة بسعر جنيه واحد = ٤٩٠٠ر٠٠٠	
ناقصا متوسط خصم مسموح به بواقع	
١٢٢٥ر٠٠٠ =	٢٥ %
<hr/>	
جيلة ما دفعه المشترون	٣٦٧٥ر٠٠٠
ناقصا مصروفات بيعية ٣ %	١١٠ر٢٥٠ =
<hr/>	
صافي إيراد مبيعات الناشر	٣٥٦٤ر٧٥٠

وهذا يختلف كثيرا عن مبلغ ٥٠٠٠ جنيه التي قدرها الشخص البعيد عن صناعة الكتب ! وهذا المثال بالتحديد أكثر نفعا للناشر من المتوسط المعمول به بالنسبة لناشرى الكتاب في جميع أنحاء العالم ، وذلك بسبب انخفاض نسبة الخصم التي افترضناها .

### التكاليف مقابل الإيرادات

عالجنا الإيرادات والتكاليف كلا منها منفصلة عن الأخرى ، ولكن الاختبار الحقيقي لحكمة الناشر يتجلى عند محاولة الموازنة بين كل منها والأخرى . فإنت قد تتوق الى أن تطلب سعرا مرتفعا للكتاب ، ولكن يترتب على رفع سعر البيع تخفيض عدد النسخ المباعة وقد تحاول تشجيع بائعى الكتب بزيادة الخصم الممنوح لهم ، ولكن ذلك قد يؤثر فى تخفيض الربح أو العائد من النسخة المباعة . وقد تحاول استخدام نوع أرخص من الورق ، ولكن ربما كان الكتاب أقل اغراء للجُمهور لشرائه مما يترتب عليه خسارة أكبر فى المبيعات أكثر من الوفرة الذى تم اقتصاده فى المصروفات وهكذا .



وهكذا توجد سلسلة لا نهاية لها من العلاقات بين هذه العوامل التي تؤثر في جميع الكتب، كما تحدث مفاجآت عند التنفيذ بالنسبة الى كتب معينة. والبراعة في فن نشر الكتاب تكمن في البصيرة النافذة والتحليل الذكي اللذين يرى بهما الناشر كيف يزيد الكمية وكيف يخفض الاسعار وكيف يحقق لنفسه ايرادا اكبر، في وقت واحد معا . وكما اشرنا آنفا ، فان اكثر الملتصحات أهمية لتحقيق ذلك هو المبدأ الذي يبين كيف تنخفض كلفة النسخة الواحدة كلما تزايدت الكمية . ومقدار الوفرة في النسخة كلما تزايدت الكمية ليس كبيرا في كل من آسيا وأفريقية — بمثل ما هو عليه في أوروبا وأمريكا وإلى حد ما في بعض بلاد أمريكا اللاتينية .

١ — لان البلاد النامية ليس لديها المعدات الكافية التي تحقق طاقة انتاجية ضخمة في الطباعة مما يساعد على تخفيض الكلفة . وب — لان أسعار الورق المرتفعة في البلاد الآسيوية والأفريقية وبالتالي الانخفاض النسبي في قيمة الأيدي العاملة في تلك الدول يؤثران في كلفة الكتاب، فالورق ( وهو كما رأينا لا يتغير كثيرا بالنسبة للنسخة ) يعتبر العنصر الأكثر قيمة في كلفة الكتاب — وليست تكاليف التشغيل للطباعة ( التي تتناقص وتتغير تبعا لتزايد الكمية ) — في الدول المتقدمة في هذه الصناعة .

وبالرغم من ذلك ففي كل دولة من دول العالم لا تزال القاعدة الهامة التي يجب أن تلاحظها في كل وقت ، باقية على حالها ، وهي :

ان كلفة النسخة تتناقص كلما تزايدت كمية النسخ . فانظر كيف يتم تحقيق هذا المبدأ في الجدول رقم ١ — وهو مثال وهمي يقوم على ارقام واقعية مأخوذة من مزيج من الاحصائيات الخاصة ببعض دول آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية .

وتختلف الأرقام الفعلية في أية دولة من الدول بسبب تفاوت التكاليف في الطباعة وثمان الورق وخبرات الطباعة ومعدلات الخصم . الخ ، وبخاصة مدى الكمال الذي يعمل به الناشر لاداء عمله ومسؤولياته التي يتحملها في ذلك . ولكن هذا المثال يوضح لنا هذه الحقيقة الأساسية .

### جدول رقم ١ - تكاليف انتاج الكتب

طبع ١٠٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة
٢٣٧ر٠٠٠	٢٣٧ر٠٠٠	٢٣٧ر٠٠٠	٢٣٧ر٠٠٠
١٢١ر٠٠٠	٤٠٠ر٠٠٠	٧٤٦ر٠٠٠	١٠٠٠ر٠٠٠
١٠٣ر٠٠٠	٥٠٠ر٠٠٠	١٠٠٠ر٠٠٠	١٠٠٠ر٠٠٠
٤٦١ر٠٠٠	١١٣٧ر٠٠٠	١٩٨٣ر٠٠٠	١٩٨٣ر٠٠٠
٤٦٠ر-	٢٣٠ر-	٢٠ر-	٢٠ر-

وهناك طريقة أخرى تبين بها الوفر الذي يتحقق عند زيادة الكمية ، وذلك بأن نقول أنه رغم أن النسخة الواحدة في الالف نسخة الاولى تتكلف ٤٦٠ مليما ، فانه يمكن انتاج ٤٠٠ نسخة اضافية في نفس الوقت بكلفة قدرها ١٧٠ مليما فقط للنسخة . والعامل المهم الذي يقودنا الى هذه الحقيقة الواقعية عن « تخفيض التكاليف » هو تخفيض كلفة النسخة من نفقات الجمع والصف والسنبك « أى مرحلة الاعداد للطباعة » كلما زادت النسخ المطبوعة . وهذا هو ما يوضحه الرسم البياني رقم ٢ .

أو يمكن ايضا هذه الحقيقة بطريقة أخرى حول الانخفاض في كلفة النسخة للمعد الاضافى من النسخ المنتجة في نفس الوقت . وفي المثال التالي رقم ٣ فان الاعددة الثلاثة توضح كلفة النسخة الواحدة من الكتاب في حالة الزيادة الاضافية في الاحجام الثلاثة . وكذلك تكاليف الاعداد للطباعة وقيمة الورق في كل حالة فيها .

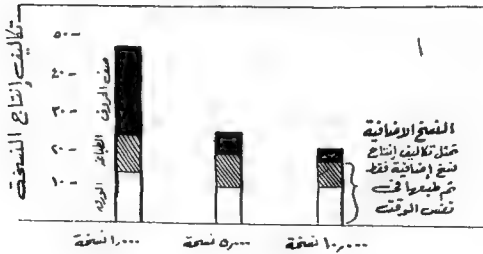
وكما أوضحنا سابقا فان تكاليف الاعداد للطباعة تجرى بانخفاض سريع كلما زادت كمية النسخ المطبوعة على حين تمير مصروفات الطباعة وثمان الورق حسب الكمية طرديا .

شكل رقم ٢  
تكاليف الإعداد للطباعة كنسبة مئوية  
من تكاليف إنتاج الكتاب



الدائرة الكاملة تمثل اجمالي كلفة الإنتاج في كل من الأحجام الثلاثة . المثل يمثل نسبة تكاليف الإعداد للطباعة .  
النسب تمثل نسبة تكاليف الإعداد للطباعة الى تكاليف الإنتاج الإجمالية .

شكل رقم ٣  
تكاليف إنتاج النسخة  
في طباعات مختلفة الكميات



## تكاليف النشر

تكاليف الانتاج التي تمت مناقشتها هي جزء من التكاليف التي يدفعها الناشر ومن الطبيعي وجوب احتساب الدخل حتى يتمكن من تحديد أرباحه وخسائره على أى كتاب .

ولما كانت بعض تكاليف الناشر تتعلق مباشرة بسعر البيع كحقوق المؤلف، التي تحتسب كنسبة مئوية من هذا السعر ، لذلك فإن السعر الذي يحدد لبيع الكتاب يجب أن يتقرر قبل احتساب باقى العناصر .

## جدول رقم ٢ - سعر بيع الكتاب وإيرادات البيع

طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة
٢٠٠ر-	٢٣٠ر-	٤٦٠ر-
٧٥٠ر-	٨٠٠ر-	١٥٠٠
٥٣٠ر-	٥٦٠ر-	١٠٥٠
٩٨٥٠	٤٩٠٠	٩٥٠٠
٥٢٢٠ر٠٠٠	٢٧٤٤ر٠٠٠	٩٦٨ر٠٠٠

وفى حالة هذا الكتاب الافتراضى ، فاننا نميل للاعتقاد أن الناشر قد استخدم معدلا حسابيا بمضاعفة تكاليف الانتاج بما يعادل ٣٥ مرة للتوصل لتحديد سعر البيع كما هو موضح فى الجدول رقم ١ السابق . أى بمعنى تحديد هذا السعر على أساس ٣٥ مرة من تكاليف الانتاج .

كذلك نفترض ان البلد الذى فيه هذا الناشر يجرى العرف على تحقيق نسبة ربح ٧٠ فى المائة من سعر البيع ( بعد احتساب الخصومات الممنوحة للموزعين وغيرهم ) .

واخيرا نفترض ان النسخ المجانية كالهدايا والنسخ التالفة خفضت عدد النسخ التى بيعت ، أى اقل من العدد المطبوع .

وهذه الافتراضات محسوبة فى الجدول رقم ٢ .

وعلى هذا الأساس فانه يمكن للناشر أن يحتسب تكاليفه الاجمالية كما هو موضح بالجدول رقم ٣ .

واخيرا اذا ما قارنا ايرادات البيع من واقع جدول رقم ٢ ، وتكاليف النشر من واقع الجدول رقم ٣ ، فانه يمكن التوصل الى قيمة الربح فى كل من الطبعات المتعددة الكميات ( مع افتراض جميع النسخ ) كما يتضح ذلك من جدول رقم ٤ .

والعلاقة بين الكلفة والربح فى مختلف عدد الطبعات هى مفتاح القضية ويلاحظ ذلك :

— كلفة طبع ٥٠٠٠ نسخة يعادل ٢٥ مرة طبع ١٠٠٠ نسخة ولكن الربح يتضاعف بمعدل ٧ مرة عند بيع جميع النسخ .

— كلفة طبع ١٠٠٠٠ نسخة يعادل ٤ مرة تقريبا طبع ١٠٠٠ نسخة ولكن الربح يتضاعف بمعدل ١٨ مرة تقريبا عند بيع جميع النسخ .

جدول رقم ٢ - أجمالي تكاليف النشر

طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة	
مليم جنيه ٧٥٠-	مليم جنيه ٨٠٠-	مليم جنيه ١٥٠٠	سعر البيع
٩٨٥٠	٤٩٠٠	٩٥٠	عدد النسخ المبعة
١٩٨٢ر٠٠٠	١١٢٧ر٠٠٠	٤٦١ر٠٠٠	تكاليف الانتاج جدول ١
			حقوق المؤلف ( ١٠ ٪ من مبيعات ٥٠٠٠ نسخة ، ١٢ر٥ ٪ بعد ذلك )
٨٣٠ر٠٠٠	٣٩٢ر٠٠٠	١٤٢ر٠٠٠	الاعلان تقديري
٣٠٠ر٠٠٠	٢٠٠ر٠٠٠	١٠٠ر٠٠٠	مصرفات اضافية بنسبة ٢٥ ٪
١٢٩٣ر٠٠٠	٦٨٦ر٠٠٠	٢٥٠ر٠٠٠	من سعر البيع المحدد بجدول رقم ٢ اجمالي تكاليف النشر
٤٤٠٦ر٠٠٠	٢٤١٥ر٠٠٠	٩٥٣ر٠٠٠	

جدول رقم ٤ - الربح المتوقع

طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة	
مليم جنيه ٥١٧١ر٢٥٠	مليم جنيه ٩٩٧ر٥٠٠	مليم جنيه ٢٧٤٤ر٠٠٠	الايراد من واقع جدول ٢
٤٤٠٦ر٠٠٠	٩٥٣ر٠٠٠	٢٤١٥ر٠٠٠	التكاليف من واقع جدول ٣
٧٦٥ر٢٥٠	٤٤ر٥٠٠	٣٢٩ر٠٠٠	ربح بيع جميع النسخ

وبمعنى آخر اذا تم بيع جميع نسخ الطبعة ، فان الربح الذى يحققه الناشر مقابل مخاطرته بتكاليف النشر يتضاعف بضخامة الكمية التى تزيد طباعتها .  
والرسم البياني رقم ٤ يوضح هذه الصورة .

#### نسبة الربح لتكاليف الانتاج



شكل رقم ٤

- الدائرة كاملة تمثل تكاليف الانتاج
- الجزء المظلل يمثل الربح

#### احتساب النقطة الحدية

الطريقة التى يتبعها الناشر أحيانا عند تحديد الكمية اللازم طباعتها وسعر البيع هى دراسة ما يسمى بالنقطة الحدية .

وبمعنى آخر تحديد عدد النسخ التى تحقق ايرادا يكفى لتغطية تكاليف الانتاج .

وعيب هذه الطريقة أنها لا تحسب بدقة التكاليف الاضافية عند بيع جزء من عدد طبعات النسخة ، فاذا نسبت هذه التكاليف لتغطية بعض الكتب فان النسبة لا تكون دقيقة ، ولذلك فان طريقة النقطة الحدية التوصل الى تقدير جزائى .

ويحتسب الناشر أولا الحد الفائض بعد خصم جميع التكاليف التي تقطى تكاليف الانتاج ، ثم ينسب هذا الحد الى التكاليف الكلية ، فيحدد العدد الذي يجب طبعه كنقطة حدية للمطلوب من الكتاب .

والمثل الاتي لايضاح استخدام هذه الطريقة في الكتاب السابق عند طبع ٥٠٠٠ نسخة :

سعر بيع الكتاب ( طبعة ٥٠٠ نسخة )	٨٠٠مليم
ناقصا — متوسط الخصم بمعدل ٣٠٪	٢٤٠مليم
صافي بيع النسخة	٥٦٠مليم
ناقصا — ما يخص النسخة من :	
حقوق تأليف ( ١٠ ٪ من سعر البيع )	٨٠مليم
تكاليف اضافية ( ٢٥ ٪ من صافي البيع )	١٤٠مليم
اعلان	٥٠مليم
	٢٧٠مليم
<b>الحد الفائض لسداد تكاليف انتاج النسخة</b>	<b>٢٩٠مليم</b>

عدد النسخ الحدية لتغطية التكاليف ( النقطة الحدية ) = ٣٩٢١ نسخة

وبناء على ذلك فاذا نشر الكتاب وطبع منه ٥٠٠٠ نسخة بسعر بيع النسخة الواحدة ٨٠٠ مليم — وبنفس الشروط السابق الاشارة اليها ، فان الناشر يدرك انه سيفضى تكاليف النشر اذا حقق بيع ٣٩٢١ نسخة من الطبعة .

وربما وجد القارئ تسلية في دراسة النقطة الحدية للطبعة البالغ كميتهما ١٠٠٠٠ نسخة .



## الحقوق الإضافية

الإيرادات السابق مناقشتها في جميع الأمثلة السابقة تنحصر في مبيعات الكتب . ولكن يجب ألا يغيب عن أذهاننا أن هناك إيرادات آخر بالرغم من أنه عنصر غير فعال في صناعة النشر غير النامية ، وهذا الإيراد هو من ناتج بيع أو الترخيص باستخدام ما يسمى « بالحقوق الإضافية » . ويتضمن ذلك الترخيص لناشرين آخرين آخرين باعادة طبع النسخ ، أو بضمنان حقوق التراجم ، أو بالأذن بالاعتباس من المعاجم أو كتب الدراسة التي يصدرونها ، وبالرغم من أن كل هذه الميزات تذهب معظمها للمؤلف لا للناسر ، هذا بخلاف التراخيص التي تمنح للسينما أو الراديو أو التلفزيون .

وقد سردنا الكثير عن هذه الحقوق الإضافية في الفصل ١٨ ، وبخاصة بالنسبة للإيراد الذي يوزع بين الناسر والمؤلف .

ولكن يجب ملاحظة أن هناك نزعة في البلاد المتقدمة في صناعة النشر في السنوات الأخيرة ، وبصفة خاصة في أمريكا بشأن الحقوق الإضافية، حيث تغطى الفرق بين اجمالي أرباح وخسائر الناسر .

فبعض الناشرين الأمريكيين لا يحققون أرباحا الا في حدود ٢ في المائة أو ٣ في المائة ، وأحيانا يحققون خسائر على عملياتهم الحقيقية في نشر الكتب، ولكنهم يجنون أرباحا ضخمة من الحقوق الإضافية بما يغطى نتائج أرباحهم أو خسائرهم من النشر .

وفي آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية لا يجنى الناشر أرباحا كبيرة في الوقت الحاضر من هذه الحقوق الإضافية .

وقد تصبح ذات أهمية كبيرة عندما تطبق قواعد التوزيع على مستوى واسع ومع زيادة طبيعية في كميات الكتب التي تطبع بأسعار أقل للاستفادة من الكتب التي سبق نشرها بواسطة ناشرين آخرين .

وإذا سار من نشر الكتاب في نفس الطريق الذي تقدمت فيه دول أوروبا وشمال أمريكا فإن حقوق التأليف المدفوعة إلى الناشر الأصلية تصبح موردا للإيراد باشتراك نوادى القراءة لاعادة الطباعة أو بالتوزيع على مستوى واسع للكتاب .

### اقتصاديات الناشر

هناك آلاف من الطرق لكي يضاعف الناشر من أرباحه بخلاف هدفه الاساسى من بيع كتب أكثر .

وتخفيض المصروفات في قسم التحرير أو في الإنتاج ، أو في المصروفات البيعية ليس ضروريا لكي تزداد الأرباح ، فانه ربما تأثرت من ذلك المبيعات بالنقصان نتيجة هذه السياسة الاقتصادية الخاطئة .

والأمثلة على السياسة الاقتصادية السليمة والخاطئة نوقشت في عدة فصول من هذا الكتاب .

واننا لنشير باهتمام الى الفقرات الواردة في هذا الفصل فيما بعد حول نوعين من المصروفات لا مفر منهما ويرتبطان ببعضهما ببعض ، وهما الاستخدام الطويل الاجل وفائدة رأس المال الذى يحتاج اليه الناشر لهذا الاستخدام أو الاستثمار مستقبلا .

### رأس المال والفوائد

المصروفات الثابتة في أى مشروع هى استخدام لرأس المال اللازم والفوائد التى تدفع على رأس المال المستثمر في المشروع من وقت لآخر تظل لازمة حتى تتم استعاضتها من الأيراد .

والفوائد هى كلفة لهذا الاستثمار حتى ولو لم يلجأ الناشر للاقتراض . وحتى إذا كان محظوظا ولديه الفائض من الاموال المسائلة ، ولم يقتضى من

البونك او من آخرين فان هذا المال الفائض كان من الممكن استثماره في مشروعات أخرى غير استثمار نشر الكتب .

وربما كان في هذا الفصل على وجه التحديد المكان المناسب لإبراز المبادئ التى يهدف لها هذا الكتاب ، سواء كانت هذه المبادئ فى ظل الاقتصاد الاشتراكى أم الاقتصاد الرأسمالى ، فانها تخص الناشر الذى يعمل لحسابه الخاص فقط .

وربما كانت الاهداف والقواعد فى كل من النظامين مختلفة ، ولكن الناشر الواعى فى ظل أى نظام هو الذى يراعى جميع الاعتبارات والعوامل السابق الإشارة إليها خاصة عوامل تخفيض التكاليف .

والقضية التى نحن بصددھا حول موضوع فائدة رأس المال حتى فى دور النشر المملوكة للدولة ، فانه حتى الناشر الذى يطالب بحصة من الدخل القومى لاستثماره فان هذا الجزء من الثروة القومية يمكن استخدامه فى وجوه أخرى فى الدولة اذا لم تستخدمه الدولة فى مشروعات النشر .

وناشر القطاع العام الحريص على أموال الدولة سيراعى فائدة رأس المال على استخداماته فى مشروعاته خاصة عند تفكيره فى الاستثمارات طويلة الأجل سواء احتسبت هذه الفائدة فى دفاتره أم لم تدرج بها .

وبالرجوع الى تساؤلنا حول اعتبار فائدة رأس المال كتكليف على نشر الكتب أم لا ، فان ذلك يتضح لنا من التمعن فى كلفة هذه الفائدة للأنواع الثلاثة الآتية :

### **الفائدة كتكليف على العمليات العادية**

الدفعات المقدمة التى يسبدها الناشر للمؤلف ، وكذلك ما يدفعه الى تاجر الورق والمطابع ، وعلى « النعمات » التى يتحمل إبقاؤها لدى بعض عملائه على الأقل لبعض الوقت ، وكذلك المصروفات العادية الثابتة وغير المباشرة لإدارة منشأته للنشر .

## الاستثمار في المخزون السلمى

إذا ما تذكرنا الكميات الإضافية التى قام الناشر بطبعتها بغية تخفيض الكلفة عند إجراء الطباعة العادية ، ربما فكر الناشر فى زيادة الكميات المطلوبة من كتاب لمواجهة توريداته السنوية •

وربما كانت هذه السياسة مريحة لسنوات مقبلة حيث سيحقق إيرادا بدون تحمل أعباء أخرى لتكاليف الطبع •

ومن الضرورى الموازنة بين التكاليف والسياسة الاقتصادية للطباعة .

ولكن كل ذلك يقيد رأس المال وفى نفس الوقت يترتب عليه أعباء التخزين ومصرفات التأمين •

## الاستثمار طويل الأجل

وهذا النوع من الاستثمار الذى ربما لا يحقق فيه أى عائد للأموال خلال السنة التى صرفت فيها •

والاستثمار طويل الأجل يصبح ذا أهمية جوهرية أكثر من أى نوع آخر بالنسبة للناشر الفرد والصناعة النشر فى الدولة التى هو جزء منها •

ويساعد أيضا فى استخدامات مختلفة منها :

— تجارب فى طرق جديدة لزيادة التوزيع •

— مشروعات طويلة الأجل كمشروعات المسلسلات الأدبية وأنواع جديدة من الكتب الدراسية ، أو المساهمة فى الاكتتابات ومشروعات الخدمات ... الخ •

— مشروعات لصالح صناعة النشر كالاتحادات وشركات تجارة المحلات أو جمعيات تعاونية للتمويل أو للخدمات الخاصة بالصناعة ... الخ •

وهذه المشروعات الطويلة الأجل نوقشت فى مواضع أخرى من هذا الكتاب ، ونود أن ننوه بأن الناشر الذى يتجاهل هذه المشروعات فإنه لا يخدم الواجب

الوطني وكذلك يوجه نفسه لمستقبل مظلّم • لا يرسم له طريقا للتوسع فى عمله او رسالته الوطنية •

### حاجة الناشر الى القروض

ان النقص فى المخاطرة برؤوس الاموال ، او على الاقل رؤوس الاموال التى يحجم أصحابها عن استخدامها يعوق التنمية فى كل من آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية •

وتظهر حدة المشكلة فى صناعة نشر الكتب عنها فى صناعة الطباعة، ربما لأن شعور المستثمرين كامن فى الماكينات الملفوفة وتحت شعور بتجميد رأس المال يجعل ذلك من أكثر الامور تأثيرا فى تقدم النشر فى تلك البلاد •

ولمست آثار تلك القوى التى تحول دون استخدام رؤوس الاموال مقصورة على كميات الطباعة الصغيرة بأسعار عالية فقط ، ولكنها ايضا توقف المحاولات البعيدة المدى لاجال طويلة فى تلك المشروعات ولصالح الناشر والمجتمع •

ونظرا لان صناعة نشر الكتاب صناعة صغيرة ، وصغيرة فى اقتصادها وأجلها القصير عند مقارنتها بشروعات ضخمة كصناعة الاسمنت أو مصانع الصلب أو خدمات الموانئ، لذلك فإن الذين يخططون للدخل والاقتصاد القومى نادرا ما يقيمون وزنا لاحتياجات الناشرين للقروض •

وآثر ذلك على الناشر أنه لا يحصل على الاموال اللازمة بغائدة معقولة بل ترتفع أحيانا حتى تصل فائدتها الى ٢٥ فى المائة أو أكثر وهذا بالطبع مناهض للثروة القومية •

ويمتد أثر ذلك أيضا عليه من حيث عدم قدرته على زيادة الكميات المطبوعة بخلاف اضافة قيمة هذه الفوائد الى نفقة الكتاب مما يضاعف من قيمته عند بيعه ومما يجعل هذه العناصر تتحكم فى ظروفه ، ولذلك فإن المبدأ الذى يهدف اليه اقتصاد النشر من حيث كميات أكبر بأقل كلفة لن يصبح معمو لا به •

ومن الاسباب الضرورية لايجاد التعاون الكامل بين الناشرين والرسميين المسؤولين عن التخطيط والتمويل هو ايضاح هذه الحقائق ، ليس لمصالح الناشرين ولطالبهم الخاصة ، ولكن لمصلحة الاقتصاد الوطنى .

وعلى الاخص حاجتهم الى المعاونة الفعالة من بعض الجهات كوزارة التربية والتعليم وقادة التعليم فى البلاد لبيان عائد هذا التعاون على هذه الصناعة الضرورية لخدمة المصالح العام ( ١ ) .

### الاقتصاد والخدمة العامة

ليس من حق الناشر أن يطلب معاونة المجتمع دون أن يرفعى مصالحه ، وليس ذلك يوما بيوم ، ولكن بالخدمة المستقرة للمستقبل كما أوضحنا آنفا ، وهناك طرق أخرى لخدمته .

فاحدى طرق الاستثمار طويل الاجل ان يعتمد الناشر الى الوصول الى المستهلك بطريق رسم سياسة تخفيض أسعار بواسطة انتاج الكتب، وحتى ذلك فبطريقة نظرية قد لا يتحصل منها الا على أرباحه الاضافية .

وهناك وسيلة أخرى يعتمد اليها بعض الناشرين تعتبر أحيانا أن هذا الاستثمار ما هو الا شرف كبير بالنسبة لخدمة المجتمع فى اصدار كتاب معين قد يكون لازما للمجتمع ، أو قد يكون ضروريا لكاتب كبير ، ومع ذلك فان الناشر متأكد أنه لن يحقق من ذلك الكتاب أى ربح .

وقد تكون مناقشة التزامات الناشر تجاه المجتمع مناقشة فلسفية أكثر من موضعها فى هذا الباب للاقتصاديات .

ولكنها فى الواقع مناسبة هنا .

---

(١) التخطيط الممول به فى الجمهورية العربية المتحدة وفى ظل قوانين مساهمة الدولة فى شركات القطاع العام ينظم عمليات التمويل والتسهيلات الائتمانية بنوادر محددة بقوانين وتمتد منها شركات النشر التى تسهم فيها الدولة .

وكثير من دور النشر التى تعمل فى صناعة الكتاب الناجحة فى البلاد المتقدمة فى العالم قد اكتسبت احترام وثقة المؤلفين والموزعين والمتقنين والقراء عن طريق التضحية بمصالحها التجارية فى سبيل خدمة المجتمع حتى ولو لم يكن لديها من الامكانيات الملموسة ما يسمح بتلك التضحيات .

وبالرغم من أن تلك الدور لم يكن لها الصبغة التجارية فانها لم تتخل عن دورها ازاء الحقائق الصعبة التى واجهت اقتصادها .

ولعلمها أن المنشأة التى تسعى لاستقرار طويل الاجل يجب أن تضحي وتخاطر من أجل المستهلك .

وناشر الكتاب ، كغيره من رجال الأعمال ، من حقه على المجتمع أن يحقق ربحا عن طريق نشر الكتاب .

ومن أجل هذه الميزة فإنه يدفع ثمن تلك المغامرة بأمواله فى سبيل المجتمع .

## الفصل الرابع

### إنشاء التحرير : أفكار ضمن كتب

ان الناشر الجالس في انتظار المؤلفين والمترجمين لكى يأتوا اليه بالخطوط ، سوف ينتهى به المطاف الى أن يطبع قائمة من الكتب لا هى فى العير ولا فى التغير ، وسيكون ربحه قليلا ، لا مناص . فى حين أن الناشر الذى يبتغى اسداء خدمة طيبة لمصلحة الجمهور ولمصلحة حافظة نقوده ، يسعى ويمضى فى سبيله ويبذل الجهد ليحصل على الخطوط ، فهو لا يقتصر على محاولة الحصول على احسن الخطوط المؤلفة التى كتبت فعلا ، وانما يشجع ويؤازر ويوجه كتابة الخطوط الجديدة التى تهديه بصيرته الى انهما ستطلبى حاجة ، وتسد نقصا ، وسيكون لها ، من ثم ، سوق رائجة .

وهذا السبيل برمته يسمى : « تنمية التحرير » ، أو بعبارة أكثر حيوية : « تحويل الأفكار الى كتب » . وعندما يوضع عمل اطوار التحرير موضع التنفيذ ، فلنأنا نقول عندئذ ان الناشر يؤدي دوره بكل وضوح بهذه الصفة المزدوجة كسياسى ثقافى ذى حنكة وفراهة ، وكرجل أعمال بعيد النظر . والأمران مكملان بعضهما لبعض لا انفصام لهما ولا مسبيل الى التفريق بينهما ابدا . ذلك ان النظرة البعيدة المدى لازمة لمصلحة الناشر الاقتصادية تماما مثل لزوم ما يتوقعه المجتمع من الناشر أن يؤديه للمصلحة العامة .

### عمل الحرر

ان قسم التحرير فى أى دار من دور النشر ، سواء اكان مؤلفا من هيئة كبيرة من المتخصصين من مختلفى الأنواع أم كان مجرد ركن واحد فى عقل الناشر نفسه فى نطاق مؤسسة فردية من شخص واحد — هو مفتاح



النجاح أو الفشل . والمخطوط هو الركيزة التى يبنى عليها كل شيء آخر فى نشر الكتاب . وما لم تكن ثمة أفكار لها أهمية أو فائدة للناس ، وتقدم بطرق يسفها الجمهور ويتقبلها ، فلا جدوى من نشر الكتب بتاتا .

وهذا الفصل يقتصر على معالجة الدور الاستراتيجى الذى يقوم به المحرر . أما الفصل التالى فيتصدى لوظيفة أخرى من وظائف التحرير ، وهى اعداد المخطوط للطابع ، ولكن هذا العمل المهم يأتى بعد أن يقرر واضع السياسة التحريرية ايا من الكتب خليفة بأن تنشر .

والمحرر الحكيم لا يعتمد على نفسه وحده فى اتخاذ هذه القرارات . فثمة مواهب أخرى كثيرة يستطيع أن يستقى من مناهلها ، حتى ولو كانت مؤسسته صغيرة . وإذا كانت المؤسسة كبيرة بحيث يكون لديها أقسام منفصلة للإنتاج والبيع ، فإن المحرر يستعين بها ، ولكنه ، إذا اقتضى الأمر ، يحاول بنفسه أن يحصل على نوع المعلومات التى كانت هذه الأقسام خليفة بأن تمده بها .

على أن النقطة الرئيسية ، هى أن المحرر ، فى تنفيذ مراحل أعمال التحرير ، يجب أن يضع نصب عينيه ، على نحو ما ، وجهات نظر كل فروع نشر الكتاب ، ولا يقتصر فحسب على الاعتماد على أحكامه الفكرية عن القيمة الأدبية لمخطوط ما ، أيا كان مؤلفه .

ولشرح هذه النقطة نقول : إذا قدر قسم الإنتاج نفقات طبع مخطوط ما ، ثم قال قسم البيع أن ثمن البيع الضرورى بالنسبة لتلك النفقات خليق بأن يكون باعظا جدا بالنسبة للجمهور ، فإن المحرر فى هذه الحالة يساوره الريب ، أو على الأقل يكون أقل ثقة فى إمكان نشر المخطوط ، عما كان عليه قبل الحصول على هذه الأحكام الاقتصادية العملية . أو — بطريقة أخرى — قد يخشى المحرر أن يكون مخطوط ما من النوع المثير ، عديم الأمل من الناحية العملية ، حتى يقوم قسم الإنتاج بدراسته دراسة عملية تضع المشروع فى قالب ملدى واضح المعالم يتضح معه أن الثمن من الممكن أن يكون منخفضا

على نحو غير متوقع ، أو حتى يدبر قسم البيع طريقة جديدة للبيع لولوج سوق جديدة كبيرة .

وعلى الرغم من المطلب التحريري الاساسى — وهو ورود مؤلفات ومخطوطات جيدة الى دار النشر — فان مما يساعدنا على دراسة وظيفة المحرر ان نلقى أولا نظرة على ما يحدث عندما يصل المخطوط . وبعد ذلك ، سنعود الى الخطوات التى يتسنى للمحرر ان يتخذها لكى يضمن ان مزيدا من المخطوطات الجيدة تتدفق فى ذلك التيار الموصول .

### التصرف فى المخطوطات الواردة

ان جانب الصيانة البحث ، أو حفظ المخطوطات الواردة ، جدير بالانتباه الدقيق . ولهذا دواع واسباب فى غاية الاهمية ، منها على سبيل المثال تلافى التعاسة وسوء الظن وفقدان الثقة التى يمكن ان تنجم عن فقد المخطوطات . ومنها ايضا ما يحدث من تأجيل وتسويق فى الرد على المؤلفين بالقبول أو الرفض لمؤلفاتهم .

بيد ان هناك سببا اكثر اهمية ، الا وهو توكيد وضمان النظام والذكاء والامانة فى الدنع قدما ، بأهم عمل مفرد على الاطلاق فى نشر الكتب ، وهو تقرير هل ينشر الكتاب ام يصرف عنه النظر . ان التصرف الموفور العناية بالمخطوط ولو كان « مجرد حفظه وصونه » خليك بأن يكون الاساس الراسخ لقسم جيد من أقسام التحرير .

وعملية حفظ سجل بسيط يمكن ان تبين للمحرر تاريخ تسلم المخطوط ، وتاريخ ارساله لفاحص خارجى ، وتاريخ اعادته للمؤلف ، الخ .

ويمكن عمل ذلك بضروب مختلفة من الوسائل — على بطاقات ، أو بالتسجيل فى « دفتر الاستاذ » ، الخ .

ونظام قائمة البطاقات له بعض المزايا ، لأن المرء عندئذ يستطيع ان يرتب فى نسق بالحروف الأبجدية عشرات أو مئات أو آلاف المخطوطات التى فحصت

من قبل . واذا استخدمت هذه الطريقة فإن بطاقات المخطوطات التى لا تزال تحت الفحص لا توضع عادة فى القائمة الأبجدية الرئيسية حيث ربما يكون من العسير سرعة استخراجها ما لم تميز بعلامات خاصة ، وانها بدلا من ذلك يمكن حفظها فى قسم صغير منفصل . وبهذه المناسبة ، فإن طريقة كتابة القائمة الرئيسية للمخطوطات ينبغي ان تكون تحت اسم المؤلف ( م فهرسا بالاسم الأول والآخر طبقا للعادة السارية فى البلد ) ، ذلك لأن اسم المؤلف لا يتغير ، ولكن عنوان الكتاب قد يتغير أو يغفل ، أو ربما لا يتذكر المرء اذا ما كان مخطوط ما فى « علم الاجتماع » م فهرسا تحت حرف ع ، أو « مقدمة لعلم الاجتماع العام » م فهرسا تحت حرف م .

ومن الطبيعى ان اية مؤسسة نشر جديدة ، ترد اليها مخطوطات قليلة فى البداية ، ولكن العدد يزداد ازديادا هائلا بهضى الوقت . وكلما اكتسبت المؤسسة شهرة ونمى نوع صيت . وعلى سبيل المثال فى هذا الصدد ، فإن دار نشر ذات حجم متواضع ، فى الولايات المتحدة الأمريكية ، من النوع الذى يصدر خمسين كتابا جديدا فقط كل عام ، قد تتسلم مقدار ألف وخمسمائة مخطوط فى العام . والمشكلة ، قد تكون أكثر صعوبة ، فى معنى ما ، فى الدول النامية . فعلى الرغم من أن العدد الحقيقى للمخطوطات قد يكون أصغر ، إلا ان جمهور الكاتبتين اقل فهما للمقومات التى تجعل الكتاب خليقا بأن يطبع وينشر ويذاع . ثم ان مؤسسات النشر الناشئة لا تتوافر فيها ، على الأرجح ، هيئة الموظفين والخبراء من أصحاب الكفاية والدراية ، الموجودين لدى المؤسسات القديمة الراسخة ، والقادرين على البت السريع فى معظم المخطوطات الواردة التى لا تصلح للنشر مطلقا . وهذه النقطة تفضى الى القضية التالية موضوع اهتمامنا ، وهى الطريقة التى يفحص بها الحرر مخطوطا للنشر ، وكيفية مساعدة وتعاون الناس الآخرين معه فى اتخاذ القرار الحاسم بنعم أو لا .

## فحص المخطوطات للنشر

ان فحص المخطوطات التى لن يقدر لها ان تنشر ، يمكن ان يكون عملا باهظ التكاليف . ولا مناص من تقبل بعض هذه النفقة لكى تظهر بالمخطوطات التى سوف تنشرها . ولكن لب المقدرة والكلفة فى اى قسم من اقسام التحرير هو ايجاد الوسائل الكفيلة بخفض تبديد الوقت والمال ، الى الحد الأدنى الممكن ، فى اعتبار التحرير ، عند فحص المخطوطات التى مصيرها الرفض فى النهاية . ان المارب هو ان تحصر استعمالك للوقت والمال ، ما استطعت الى ذلك سبيلا ، بحيث يكون مقصورا على نسبة ضئيلة من طوفان الوارد الكلى — اى على تلك المخطوطات التى سوف تحظى أخيرا بالموافقة ، او على الأقل باحتمال الموافقة . وبمباراة موجزة تلك المخطوطات التى ستال كلمة « نعم » او كلمة « ربما » .

ومن البديهي انه من المستحيل فى الواقع من الأمر ، ان يفرغ المرء الأمر على هذا النحو المبسط ، اذ لا يستطيع اى امرئ ان يستيقن مقدما ، اى المخطوطات يندرج تحت طائفة «نعم» وايها يندرج تحت طائفة «ربما» . ولكن من الحق ان فى وسع المرء ان يتخذ كثيرا من السبل فى خفض نسبة تبديد الوقت والجهد والمال فى فحص المخطوطات التى مصيرها ، لا محالة ، ان تنتهى بكلمة «لا» .

ان كثيرا من المخطوطات خليفة بأن ترفض على الفور دون النظر حتى فى جودتها او كيفها ، اذا كانت من النوع الذى لا يلائم مؤسستك لسبب او لآخر ، ولنضرب لذلك مثلا : كتابا دينيا يقدم لنشر متخصص فى علوم الطب . او من الممكن ان ترفض المخطوطات بدون اى مزيد من الفحص اذا لم تكن فى حالة صالحة للقراءة ، او اذا كانت مطولة جدا او مختصرة جدا بالنسبة لنوع معين من الكتب ، ( وهنا لا جناح فى شيء من التردد او التروى بسبب امكان التعديل أو الملائمة كشكل من اشكال التطوير التحريرى ، كما سيذكر فيما بعد ) .

ومن المرجح ، على سبيل الحدس ، أن نسبة تتراوح بين النصف والثلثين من المخطوطات الواردة يمكن نبذها ، لا على أساس الجودة ، ولكن على أساس عدم الصلاحية البحث .

« القراءة الأولى » : في كثير من دور النشر بعد وضع « المستحيلات » جانباً ، فإن المخطوطات الأخرى تقرا قراءة أولية على يد واحد من هيئة التحرير . وقد تكون القراءة الأولى مجرد عملية فحص عينات من المخطوط والقاء نظرة عامة شاملة ، ويفرض تقرير ما اذا كانت المؤسسة راغبة في قبول ثمن الفحص الحقيقي بوساطة قراءات أخرى يقوم بها أعضاء آخرون من هيئة التحرير أو فاحصون خارجيون . فإذا كان قسم التحرير يتألف من محرر واحد فقط ، ومحدود الميزانية ، فإن المحرر قد يترك كل عمل آخر ويعيد قراءة المخطوط ، وهو في هذه المرة يقرؤه من أوله لآخره وبكل دقة وتحيص . فإذا ما عن لرئيس التحرير بعد التشاور مع غيره من الزملاء ، وبعد فحص الآراء التي انتهى إليها الآخرون ، أن يستمر براى فاحص خارجي ، فانه في هذه الحالة يستعين بمن يعتقدون انه خير من يحكم على صلاحية المخطوط للنشر .

« الفاحصون الخارجيون » : ان الفاحص الخارجى ، عادة ما يكون متخصصا في مادة موضوع المخطوط ، او حجة في الاسلوب الادبى ، او جهبذا من جهاذة اصحاب الدراية والرائة والخبرة .

واذا كان الناشر محدود الميزانية ، او في حالة عمر مالى ، فقد يبدو تبيخرا ان يدفع مالا ييسط يده به كل البسط . لفاحص خارجى في حين ان المؤسسة لديها هيئة تحرير خاصة بها . ولكن ذلك المبلغ الزهيد الذى يدفع لقاء الفحص يعتبر لا شىء اذا قورن بالخسارة التي تنجم عن قرار خاطيء بقبول نشر كتاب كان من الاولى رفضه بادىء ذى بدء .

هنا تلعب الحصافة دورها ، اذ يجب ان يسود المنطق طبعا في هذه الحالات ، لان الناشر الذى لا يتجنب محائر الخطأ بسبب كرازته او جعله

يده مغلولة الى عنقه ، خليق بأن يبدد كل موارده ، اما على قراءة وفحص كتب لن ينشرها على أية حال ، واما عدم استئجار فاحص خارجي لازم في بعض الحالات اكتفاء برأى محرري المؤسسة . هنا تلزم الموازنة الذكية بين دواعي الفحص الخارجى ، ودواعى الاكتفاء برأى المحرر الداخلى .

ومن جهة أخرى ، فان وجهة نظر الفاحص الخارجى اذا كانت مختلفة عن وجهة نظر الفاحص الداخلى ، خليفة بأن توضح الفرق النهائى ليس فقط في تقرير الحكم مع نشر الكتاب أو ضده ، ولكن أيضا في اقتراح تنقيحات ومراجعات قد تحول كتابا جيدا فحسب الى كتاب ممتاز يشار اليه بالبنان .

« اعتبارات أخرى » : وحتى بعد كل القراءات والنحوص التى تتم على يد أعضاء هيئة التحرير أو الفاحصين الخارجيين ، وحتى اذا اتفق الجميع على صلاحية المخطوط للنشر ، فان رئيس التحرير قد يظل أيمد ما يكون عن اتخاذ قرار نهائى .

ولذلك دواع واسباب منها : أولا ، قلما يستطيع ناشر أن يبيت في أمر كتاب معين في حد ذاته وقائما بذاته . وانها هو في العادة يتمين عليه أن يقارن مزايا مخطوطات عديدة بسبب ادراكه بأن في وسعه ، بدون زيادة الموظفين أو التوسع في مساحة المؤسسة ، أن ينشر فقط عددا محدودا من الكتب الجديدة في السنة المقبلة . أو كثيرا جدا ما يحدث في الدول النامية ، حيث تندر قروض المصارف للنشرين ، أو تتم القروض بربا فاحش ، فان راسمال الناشر قد يحول دون انتاج الكتب الجديدة بالعدد الذى يتوق اليه . أو — وهذا ضرب من الاحباط القاسى عندما تكون هيئة موظفى الناشر ورأسماله كفيين بدرجة كبيرة لزيادة الانتاج — قد يكون ثمة نقص في ورق الكتاب أو أدوات الطباعة .

لكل هذه الأسباب ، التى يقابلها الناشر غالبا في أى مكان ، وبصفة خاصة في الدول النامية ، ثمة حاجة الى عبقرية حقيقية من جانب الناشر في موازنة كل العناصر والعوامل المختلفة . فهو يعتبر أولا ميزة الكتاب

ذاته ، ثم ثانياً — وان كان ذلك في نفس الأهمية أولاً من الوجهة العملية — يعتبر كيف يتلاءم الكتاب في الإطار العام لعمل الناشر ، ليس فقط في ضوء آماله وخطته ، ولكن أيضاً في ضوء الموقف الاقتصادي العام .

وموجز القول ، أنه فيما يلي ملخص للموارد والمصادر التي يتعين على الناشر أن يستقى منها عندما يتخذ قراراً بالموافقة أو عدم الموافقة على نشر الكتاب :

١ — معرفته الخاصة بالكتب والتربية والثقافة . معرفته بما يدور في الدنيا وحاسته الخبرة التي تشتمل رد فعل الناس حيال الكتاب .

٢ — المحررون المتخصصون من الخبراء في داخل المؤسسة اذا وجدوا . ان دور النشر الكبرى خليفة بأن يكون لديها خبراء أصحاب موهبة خاصة في القمص أو كتب الأطفال أو العلوم ، الخ .

٣ — الفاحصون الخارجيون ، أي القارئون الذين يقرعون المخطوطات لقاء أجر معلوم ثم يشارون على الناشر في سرية تامة بشأنها . والاختيار الحقيقي للفاحصين الخارجيين يعتبر عملاً من أهم أعمال الناشر . وهم مفيدون بطريقتين :

( أ ) تزويد الناشر بمواهب خاصة يتصايف أنها لا تتوافر عنده في هيئة موظفيه .

( ب ) تزويد الناشر بوجهات نظر أخرى قد تصحح أو تؤيد آراء موظفي دار النشر المسؤولين .

٤ — انقسام الإنتاج والبيع لكي يقدموا المشورة في صورة عملية بالقياس إلى السبل المقترحة آنفاً .

٥ — القسم المالي ( وهو في مؤسسة صغيرة قد لا يعني أكثر من الناشر نفسه وهو يفكر في رصيده في البنك والتزاماته وابعائه وآماله المرجوة في

الربح ) . وهذه الخطوة لها أهمية كبيرة ، سواء اكانت المؤسسة لديها قسم مالى مستقل أم لا . وهذا امر واضح بصفة عامة ، ولكننا سنرى فى سياق لاحق من هذا الفصل ، ان ثمة علاقة خاصة بين « تخصيص رأس المال » وكلفة عملية التحرير .

٦ - فى بعض الحالات قد يرغب المحرر وقسم البيع فى اختبار تخميناتهم عن السوق باجراء نوع من « البحث الميدانى » . وبالنسبة لمشروع صغير ، فان ذلك قد لا يعنى اكثر من القاء بضعة اسئلة على عدد من بائعى الكتب والقائمين على امر المدارس ، الخ . ولكنه بالنسبة لسلسلة مقترحة من الكتب أو مشروعات أخرى تتطلب ثمرا ماليا ، فقد يبدو من الضروري عمل دراسات وبحوث أكثر دقة وانتقانا ، أو عمل اختبارات فعلية فى مشروعات ريادية من المعروفة ببحوث الطليعة التى تجس نبض السوق .

وبعد تلقى كل الأحكام والنتائج المستقاة من مصادر من هذا القبيل ، فان الحقيقة الحاسمة هى الطريقة التى يضم بها الناشر كل العناصر والعوامل معا ثم يتخذ قراره النهائى . وحاصل كل قراراته على مدى السنين هو التعبير الدال على شخصيته .

وليس من المحتم على كل الناشرين أن ينشروا نفس النوع من الكتب . فثمة مؤسسة قد تقرر أن تعطى اهتماما خاصا للكتب الدراسية ، وأخرى للأدب ، وثالثة للعلوم البسيطة للناس ، فى حين تكون لديها قائمة عامة فى نفس الوقت . وقد تخصص دار من دور النشر نفسها لنوع خاص من الانتاج أو عدد قليل من الميادين . وقد تنقسم دار نشر كبيرة الى عدد من الأقسام ، لكل قسم منها رئيس تحرير خاص يتبع سبيلا معين لا يتجاوزه الى غيره .

والشئ الهام فى هذا الصدد هو ان تكون مؤسسة النشر أو أقسامها ، ذات شخصية متميزة وواضحة الملامح ، ونزاهة تحريرية تتسم بالأمانة والاستقامة . ان نفرا من الناشرين البدعين من أمثال سودجاتموكو فى أندونيسيا ، والفرد نوبف فى الولايات المتحدة الأمريكية ، والسير آكين لين فى المملكة المتحدة ،



وسانتياجو سالفان في اسبانيا ، وجونزالو لوسادا في الأرجنتين ، وجوزيه اوليمبو في البرازيل ، قد اكتسبوا شهرتهم ، ليس فقط كرجال أعمال ناجحين ، ولكن لأن أسماء مؤسساتهم على غلاف الكتاب تعنى شيئا للقارئ .  
واقوى حجة تؤيد قبول مخطوط ما في اجتماع المحررين في أى بلد ينبغي ان تكون « هذا هو كتابنا » .

### كيف تأتى المخطوطات للنشر ؟

ان كثيرا من المخطوطات لا تأتى للنشر من تلقاء نفسها . وحتى عندما يبدو ان الناشر لا يد له في اقتناع المؤلف بارسال المخطوط ، فان البحث الدقيق خليق بأن يبين ان المؤلف ارسل المخطوط الى ذلك الناشر بالذات بناء على اقتراح شخص آخر . وقد يكون الذى أوحى اليه بذلك بائع كتب ، أو أمين مكتبة ، أو معلم من المعلمين ، أو مؤلف آخر ، أو أى شخص آخر عليم بكفاية الناشر ، وباهتمامه الخاص بذلك النوع من الكتب ، أو بسجله السابق الدال على حسن قيامه ومعالجته لكتب أخرى عن ذلك الموضوع .

وهذا يؤكد ان سمعة الناشر ، في شئون تحرير الكتب ، كما هو الشأن في كل شيء آخر ، هى كنز الذى لا يفنى وغوثة الذى يجعل عمر غيره يسرا له .

والناشر الجديد يفتقر الى هذه الميزة طبعا ، ولكن اخلاص مقاصده وصدق نواياه وفكاه تخطيطه ، خليقة بأن تتضح للمؤلفين الى حد ما ، ثم ان انتاقه لكتبه الأولى القليلة التى يصدرها كليل بأن يخلق له « سلسلة موصولة من رد الفعل » تشجع رايها حسنا وسمعة طيبة بين كتاب الوطن .

بيد ان الناشر الذى يعول فقط على المخطوطات التى تأتية في عقر داره استنادا الى شهرته العامة ، ان يقدر له أن يظفر بقائمة النشر التى يبتغيها ، لذلك ينبغي له أن يأخذ بزمام المبادرة بكل قوة ، وان يقدم ولا يحجم ، خصوصا

إذا كانت مؤسسته في مستهل حياتها لا تزال غير ذائعة الصيت لدى المؤلفين أو الناس الذين يؤثرون في المؤلفين ويوحدون اليهم بالمشورة التي لها وزنها .

### هيئة الموظفين

ان قسم التحرير — سواء أكان شخصا واحدا أم جماعة كاملة من الناس ( وهذا أمر يتوقف على حجم دار النشر ) — تقع على عاتقه المسؤولية الرئيسية لجلب المخطوطات . ولكن في أية منظمة حية نابضة ، فإن كل شخص في دار النشر يعلم أن المحررين يميلون وجدانيا وعاطفيا إلى اقتراحات المخطوطات التي يجلبونها ، وأعضاء قسم البيع — وخصوصا أولئك الذين هم على صلة دائمة ببنائى الكتب وإمضاء المكتبات ورجال التربية والتعليم — غالبا ما يكونون مصدرا طيبا لاقتراحات التحرير . ثم إن بائعى الكتب الدراسية ونائريها لهم صلات وثيقة بصفة خاصة ومفيدة كما هو مبين ، على نحو أوفى شرحا في الفصل الحادى عشر .

« الكشافون الأدبيون » : وبالإضافة إلى هيئة موظفى الناشر والمستشارين المتطوعين ، قد تقوم علاقة رسمية مهنية مع نفر من « الكشافين » الذين يعملون نيابة عن الناشر في اجتلاب المخطوطات وتوجيهها إلى رئيس التحرير الخاص بالناشر . أو قد يعين الناشر « محررا خارجيا موضوعيا » ( غالبا ما يكون استاذًا جامعيًا أو باحثًا متخصصًا يؤدي العمل على أساس بعض الوقت ) من المتفهمين بالمادة المتابعين للكتب التى تكتب فى الميدان ، أو المطلوب كتابتها فى مادة تخصص الأستاذ أو الباحث ، والتى قد تكون قصصا أو اقتصادا أو علم نفس ، الخ .

وثمة تدبير آخر من نفس هذا النوع العام ، وهو تعيين « محزر علم » خارجى لسلسلة معينة من الكتب بحيث يسطوع هذا المحزر الخارجى بالعبد الأكبر من العمل الخاص بالكتب فى تلك السلسلة ، والتى كان المحزر الخاص للناشر خليقا بأن يؤديها بدلا منه .

والأجر الذى يدفعه الناشر لتلك الضروب المختلفة من « الكشافين » عادة ما يكون « جملا » صغيرا ، على أساس عدد النسخ التى تباع من الكتاب ، كما هى الحال بالنسبة للجمال المنظم المعتاد الذى يدفع للمؤلف بمثابة حق معلوم يخول له حصة فى الأرباح .

**الجوائز :** معظم الجوائز الأدبية فى العالم تشجع التأليف عموما بمنح جوائز بعد نشر الكتب . وهذه هى الحال فى الجوائز القومية والدولية . وهى ذات فائدة كبرى للمجتمع ، إذ أنها تلفت النظر الى الكتب القيمة ، ثم أنها تؤكد اهتمام الجمهور بقيمة وأهمية الكتب بصفة عامة . والناشرون الذين يهتمون بالمصلحة العامة لصناعة الكتب القومية فى المدى الطويل ، يدركون فائدة تشجيع وتعضيد واعلة هذه الجوائز والمكافآت ، كما سنذكر فى الفصل السابع عشر .

بيد أن هناك نوعا آخر من الجوائز الأدبية ، التى يمنحها الناشرون كأفراد ، مكافأة عن أحسن مخطوطات من أنواع معينة بالذات تقدم لهم خاصة قبل النشر . ومثل هذه الجوائز ، كثيرة بصفة خاصة فى ميدان القصص ، وهى تعتبر فى نظر مآئحتها مفيدة ليس فقط فى جنب المخطوط الخلق بأن يظفر بالجائزة أخيرا ، ولكن أيضا فى اجتلاب كثير غيره . وحقيقة أن دارا من دور النشر تقدم جائزة لأحسن القصص مثلا ، أنها هو سبيل فعال للقول للجمهور بأن « هذه الدار تهتم بنشر أحسن القصص أو الروايات التى تستطيع هذه الأمة إنتاجها » . وهذه الجوائز التى يمنحها الناشرون للمخطوطات التى لم تنشر غالبا ما تكون فى قسمين : مبلغ فوري مضاف اليه مبلغ اضافى بمثابة نصيب مقدما من حق المؤلف فى الربح المأمول من الكتاب الذى يعتقد الناشر أنه سيكون جزءا من حصته فى النهاية على أساس بيع الكتاب .

**الوكلاء الأدبيون :** ولتكملة حكاية الطرق المختلفة التى تاتى بها المخطوطات الى الفاشرين ، فلزام علينا أن نذكر « الوكيل الأدبى » ، وأن كان ذلك ليس عنصرا هاما الآن فى آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية . وتختلف الآراء حول

قيمة نظام الوكالة حتى في الولايات المتحدة الأمريكية حيث تذهب الأغلبية العظمى من المخطوطات التي يكتبها مؤلفون محترفون راسخون ، الى الناشرين بواسطة الوكلاء . والوكلاء ، لا يستطيعون ، في أية حالة ، ان ينفقوا الوقت على مؤلفين لا يبشرون بأنهم بقرة حلوب ، وبأنهم سيصبحون جالبين لخل طبيب .

والوكيل الأدبي يعمل للمؤلف لا للنشر . وهو يتسلم المخطوط من المؤلف ويستفتي فيه عددا من الناشرين . ثم ، في حالة التوفيق والنجاح ، يتفاوض في النهاية في شروط العقد مع واحد من الناشرين نيابة عن عميله ( المؤلف ) . وبعبارة أخرى ، فان عمله هو الوجه الآخر من العملة بالقياس الى عمل « كشاف » النشر . ولأن الوكيل يخدم المؤلف ، فان المؤلف هو الذي يدفع له اجر عمله ، عادة ، بأن يعطيه نسبة معينة من حق التأليف التي يأخذها من الناشر عندما يقدر للكتاب أن يصدر أخيرا .

### انوار المخطوط

كل من يمنيهم الامر من المهتمين بتشجيع كتابة الكتب الجيدة الصالحة محررو الناشر ، والكشافون والوكلاء الأدبيون — يفكرون دائما ليس فقط في المخطوطات التي يكتبها المؤلفون فعلا ، وانما أيضا في الكتب التي تؤهل اهتمامات المؤلفين ومواهبهم وخبراتهم لكتابتها . فاذا بدت هذه الأفكار لا تزال صالحة بعد الدراسة والفحص ، فان الناشر عندئذ يناقشها مع انسب المؤلفين الممكنين لكتابتها ، ثم بعد ذلك يخطط المؤلف والناشر معاً ، الخطة الرئيسية لتنفيذ الفكرة . وعلى سبيل التشجيع للمؤلف ، وكنيل على حسن نواياه ، فان الناشر في هذا الطور قد يعطى المؤلف عقدا وينفع له مبلغا مقدما من حصته في حقوق النشر — التي في مأمول كليهما — أن يؤتيها الكتاب في النهاية .

ولاجناح علينا في هذا السياق أن نقدم طائفة من الأفكار الجديرة بأن يحولها

المؤلف الى كتب . وهى لنكار خليفة بان تنتج ضروريا متنوعة من الكتب .  
وهى خليفة بان تطرا على ذهن اى محرر بطرق مختلفة عديدة .

### بعض الأمثلة

— شخصية محترمة ذات مكانة لدى الجمهور — عمل طويلا كمندوب  
لوطنه لدى الأمم المتحدة حيث قام بدور قيادى فى أحداث العالم ، وهو على  
وشك اعتزال الخدمة والاحالة الى المعاش . ويمكن اقناعه بكتابة مذكراته .  
— كاتب من كتاب القصص القصيرة ازدادت شهرته لدى الجمهور على  
نحو موصول ، كلما ظهرت له قصة قصيرة ، وقد حان الوقت لجمع قصصه  
المنشورة فى كتاب ونشرها كوحدة متكاملة .

— عالم من العلماء البارزين ممن اكتسبوا شهرة كمتحدث عام وبلغ ،  
وله موهبة خاصة فى تبسيط الحقائق العلمية الخفية للكافة من غير المتخصصين  
وفى شرحها بفراة وطلاوة ، ومن ثم يقتنه الناشر بأن يحول بعضا من احسن  
احاديثه الى فصول لكتاب ، وأن يكتب فصولا جديدة ليلبا بها ما عسى أن  
يكون من فجوات فى الموضوع . وابلان مناقشة الموضوع مع المؤلف يتضح  
أن المؤلف معجب بفنان معين ، ماهر فى رسم الرسوم التوضيحية البسطة  
للموضوعات العلمية ، وعلى هذا يكلف الفنان بالعمل مع المؤلف فى انجاز  
الرسوم التوضيحية للكتاب .

— اكبر علماء الاجتماع البارزين فى الوطن ، انتقد فى حديث عام أو مقال  
بالصحف الكتب الدراسية الأجنبية الخاصة بعلم الاجتماع فى جامعته ، لان كل  
الأمثلة والحالات المذكورة فى الكتب مستقاة من ثقافة أجنبية لا تمت الى  
المشكلات المحلية بسبب . فى هذه الحالة يستطيع المحرر أن يشجعه على كتابة  
كتاب دراسى جديد فى علم الاجتماع تستقى أمثلته من الظروف والأحوال  
الاجتماعية الحقيقية الواقعية فى ثقافته .

— رسام موهوب ، لم يسبق له أبدا أن عمل رسوما توضيحية للكتب ، قد

سلى نفسه او تفكه على سبيل التجربة بعمل رسوم توضيحية يشرح بها دور الحب شاعر قومى لدى المواطنين ولتكرمهم رواجاً . يستطيع المحرز أن يدبر لقاء بين الرسام والشاعر ويعقد اتفاقاً بحيث يصدر نسخة بالرسوم التوضيحية لاختارات من أشعار الشاعر .

— ككتب من اعظم كتب البلد — يعلم الناس أنه يعمل منذ سنوات في كتابة قصة كبيرة جديدة ، وتتسرب الأنباء أنه « متعثر » ، في حالة احباط سيكولوجى ، ويمر بعسر أو حصر . في هذه الحالة قد يستطيع محرر ذكى لطيف التدخل على النفوس عطوف أن يساعد المؤلف على تفريغ كربتة واثقلته من عثرته واخراجه من غيلة الجب الذى أوقف تياره وأرهقه من أمره عسراً .

— راية شعبية محبوب من رواة القصص الشعبية للأطفال بالذباع ، يمكن اقتناعه بكتابتها مع الرسوم التوضيحية المناسبة ، لكى تنشر ككتاب قراءة اضافية تزود به مكاتب المدارس .

— مصور بارع ، صور اشباعاً لهوايته وارضاء لذوقه الفنى — صوراً لأضرحة الأولياء والامكن القومية المقدسة والاثار لسنوات عديدة ، يمكن حثه على تحويلها الى كتاب مصور للدراسات التكميلية بالمدارس .

ومن الواضح ، من هذه الامثلة ومن كثير غيرها مما يخطر على بال القارئ أن المفهوم السابق للمحرر كناسك منعزل غير دنيوى يعمل قابعا في برج عاجى أو فى صومعة بعيدة معزولة عن العالم ، انما هو مفهوم عفى عليه الزمان وأصبح نسيا منسيا . أن المحرر الخلاق الحقيقى يجب أن يكون منتبهاً يقظاً سريع الاستجابة والخفتان ، ليس فقط للاتجاهات الثقافية والفكرية فى بلده وفى البلاد الأخرى ، وانما لتيار حركة الأحداث الموصلة برمتها فى العالم الحديث . وهو لا يركز عينيه فحسب على حاجات واهتمامات الحاضر ، وانما يرنو ببصره وخياله للمستقبل ، ويهفو بوجوده الى المستقبل البعيد ، وبإلهامه الى وحدة الزمن فى ماضيه وحاضره ومستقبله .

والإلهام لازم فى كل أمر يتعلق بأطوار التحرير ونموه ، بيد أنه أكثر أهمية

ولزوموا في طور معين بلاذات ، الا وهو مرحلة تطوير ونمو المشروعات الكبرى التي سنتناولها بالبحث فيما يلي :

### مشروعات التنمية الكبرى

سنعالج في هذا القسم مشروعات التنمية الكبرى التي تعتبر اعمالاً رئيسية قد تمتد على مدى فترة طويلة من السنوات ، وقد تتضمن كثيراً من المؤلفين ، ومواهب كل قسم من أقسام دار النشر ، (وعادة ) رأس مال كبير للتنمير قد يمضى وقت طويل قبل أن يؤتى اكله ويغل أرباحه ، أو يرجع الى أصحابه . ومسألة تمويل مشروعات التنمية سوف تناقش في فصل خاص لاحق ، وهي خليقة بأن تبين لنا ان هناك وسائل للتقليل من خطر المشكلة بطرق معينة،حتى بالنسبة للمشروعات الكبيرة .

**السلاسل :** ان أوضح نوع من مشروعات التنمية الكبرى هو سلسلة كتب عن موضوع عام ، أو ذى طابع عام ، مثل سر عظماء العالم ، أو الاحداث التاريخية ، أو قصص الاطفال بنفس الشخصيات الرئيسية المتصلة ، أو مقدمات للعلوم الرئيسية ككتب اضافية للقراءة . وبعض السلاسل قد تكون ذات حدود واضحة ، كما هي الحال ، على مبيد المثال ، في سلسلة عن رؤساء الجمهوريات في الأمم المختلفة ، ولكن بعض السلاسل « مفتوحة » من حيث النهاية ، ويمكن أن تستمر وتستمر مادامت ناجحة .

وكذلك بعض السلاسل تحتاج الى تخطيط خاص وعلان ودعاية لدى الجمهور من أول الامر ، في حين ان البعض يمكن ان تنمو طبيعياً ، بل وربما دون الإشارة الى « سلسلة » حتى يتم نشر كتابين ناجحين أو ثلاثة . واية سلسلة من النوع الأخير ، تعتبر أسهل ، بلا ريب ، لكي يشرع فيها الناشر ، تحريرياً واقتصادياً على السواء ، ولكنها تفتقر أيضاً الى الاثر والدفع والمد الجماهيري التي تأتي من الاعلان الجريء من سلسلة جديدة .

ولا جناح علينا في هذا السياق من أن نعود الى الإشارة الى تعليقنا السابق عن « محرري المواد » والمحررين المومعين « الذين يساعدون محرر الناشر

في التخطيط التحريري . فمن الواضح أن خدمات هؤلاء الخبراء المختصين الخارجيين ذات قيمة خاصة في تدبير وتخطيط السلاسل .

وعلى أية حال فإن اصدار سلسلة من السلاسل لا تقتصر قيمتها فحسب على فوائد البيع ( التي منفعصها في الفصلين الثامن والتاسع ) وانما لها ايضا ميزة تحريرية واضحة في أنها خليفة بأن تجذب الى الناشر احسن المخطوطات عن الموضوع الذي تنصدي له السلسلة .

**الكتب الدراسية وكتب القراءة :** ان المشكلات الخاصة والفرص الخاصة التي تقدمها سلاسل الكتب الدراسية والكتب الاضافية للقراءة بالمدارس سوف تناقش في الفصلين الحادى عشر والثانى عشر . ولكن يجدر بنا ان نذكر هنا ان هذه المشكلات والفرص تزودنا بأوضح مثال لمشروعات التنمية الكبرى ، التي غالبا ما تكون في شكل سلاسل والتي تتضمن مجهودا عظيما على فترة طويلة من الزمن .

كتب المراجع : ان المشروعات التي مثل المعاجم « القواميس » والموسوعات والاطالس ، حتى ولو كانت في مجلد مفرد بدلا من سلسلة ، يمكن ان تكون اعمالا كبرى رئيسية تتطلب سنين لاعادادها ورؤس اموال هائلة تستثمر فيها قبل ان يبدأ العائد يرجع أخيرا في صورة دخل المبيعات .

ومشكلات التحرير الخاصة بمثل هذه المشروعات تختلف اختلافا بينا عن تلك المشكلات التي يصادفها التحرير في اعداد أنواع أخرى من الكتب ، بحيث ان الناشرين ينشئون قسما خاصا لهذا الغرض . ثم على خلاف الوضع المعتاد ، فإن قسما كبيرا من العمل يمكن ان يؤدي في دار النشر على يد موظفى الناشر .

### تمويل التحرير

ان تنمية مشروعات التحرير تتكلف مالا مقدما ، بمعنى انه يدفع قبل الحصول على الدخل او العائد على أية حال ، ولو لم يكن الا بسبب نفقات الناشر في الاحتفاظ ببيئة من الموظفين ذات اهلوية ودراية في تخطيط وتنفيذ مشروعات التنمية . ولكن هناك أيضا نفقات من الحساب الجارى لأبد منها



لدفع مبالغ للمؤلفين والفنانين ورسامى الخرائط ، الخ ، مقديا ، وكذلك بحث السوق المامول للمشروع فى التخطيط والتصليى، وعملية الترويج الاولى (مقديا) التى يقوم بها قسم البيع ، والتكاليف الكثيرة (خصوصا فى حالة السلاسل) التى يتطلبها دفع الثمن مقدما لكميات كبيرة من الورق، ودفع مستحققات الطابع لقااء صفاء الحروف وعمل الرواشم «الكليشييهات» حتى قبل ان تطبع ولو نسخة واحدة ، (وفى حالة السلاسل التى يتعين فيها طبع كل المجلدات فى نفس الوقت ) فثمة رأسمال ضخم لابد أن يستثمر فى صناعة كاملة للسلسلة برمتها قبل تسلم رويية واحدة أو قرش واحد أو غلس واحد أو بيزو واحد من دخل البيع .

**جدول الحاجات :** فى مواجهة المشكلة الكبرى لتمويل مشروع كبير ، فإن الناشر يحاول أن يدرس ليس فقط التقدير الإجمالى للنفقات والتقدير الإجمالى للدخل ، وإنما أيضا التوقيت اللازم لكل أشواط المشروع بحيث يعرف بصفة علمية متى يتعين عليه دفع الأقساط المطلوبة منه ، ومتى يمكنه أن يتوقع ورود الدخل أو العائد المالى من المشروع .

وفى حالة عديكبير من سلاسل الكتب التى يطلق عليها « نصف مستقلة » فقد لا تتطلب الحاجة سوى تمويل المجلدات القليلة الأولى من السلسلة ، إذ قد يتبين للناشر أنه بمجرد أن تبدأ العملية بداية صحيحة ، فإن دخل المجلدات السابقة كفى لتمويل المجلدات اللاحقة .

ولكن هناك مشروعات وخصوصا الكتب الدراسية وكتب المراجع لا يمكن تصميمها الى أجزاء بهذه الطريقة . ويتعين على الناشر أن يغامر بشجاعة ، بل ويقامر ، ويتعهد بكل الالتزام منذ البداية ، مضحيا بأقساط من رأسماله الخاص العامل ، بل وكثيرا ما يضطر الى اقتراض مال من مستثمرين يثقون به ويمثرونه .

**القروض :** تجدثنا فى الفصل الثالث عن الحاجة الى نظام من القروض على أساس تجارى لناشرى الكتب اذا أريد أن يبنوا للمصتقبل . وهذه الحاجة

واضحة بصفة عامة ، ولكنها أمر بالغ الحرج على الاطلاق فيما يتعلق بالمشروعات الكبرى لتنمية التحرير ، بسبب طول الاجل الذى يستثمر فيه المال قبل ان يأتى باى عائد او ربح . وانه لما يجافى العقل ويناقى المنطق ان يدفع ناشر الارياح المفروضة على القروض فى السوق المصفق على راسمال مستثمر فى مشروع ممتد على اجل طويل من السنين .

### **العلاقة بين تنمية التحرير وخطط التسويق**

بالنسبة لمشروع أى كتاب ، فان المحرر اذا كان حصيفا حكيما لابد ان يسأل دائما : « من سيشتري الكتاب ؟ » هذا بالاضافة الى اعتبار الكيف الادبى ، واذاقته واهتماماته الخاصة وعناصر اخرى لا مناص منها . اما بالنسبة لمشروعات التنمية الكبرى ، على غرار تلك التى ناقشناها فى السياق السابق ، فقد يكون مما يلقى بالمحرر فى التهلكة ان يخطط دون التشاور والمشاركة الكاملة مع زملائه فى قسم البيع .

**عمل الفريق مع البائعين :** قد تكون لدى المحرر فكرة مستنيرة عن سلسلة كتب من المامول أن تروق لجمهور كبير على نطاق واسع ، ولكنه خلىق بأن يوصف بالطيش اذا بدأ يبرم العقود مع المؤلفين بكتابة الكتب قبل أن يقوم قسم البيع بدراسة التوزيع الجمعى بأسماء زهيدة ، متبعا احدى الخطط المقترحة فى الفصل الثالث عشر .

أو قد تكون لدى المحرر خطة مدهشة لمجموعة من كتب القراءة الاضافية للاستعمال فى المدرسة ، ولكن ما لم يتبين قسم البيع كيف يمكن بيع هذه الكتب للمدارس فى الواقع من الامر ، أو للطلاب بناء على تركية وتوصية المدرسة ، فليس ثمة جدوى من الشروع فى المشروع . وفى الحقيقة فان كل شيء يتعلق بعمل الكتب للاستعمال التربوى بالذات يتطلب تعاونا وثيقا بين المحررين والبائعين وبين دار النشر بصفة عامة ، والسلطات التعليمية فى البلاد .

**كتب طريقة الاشتراك :** ثمة طريقة للتسويق لم تتخذ سبيلها على نطاق واسع فى معظم الدول النامية ، ولكنها اثبتت فلاحها واهميتها على مدى السنين فى

الولايات المتحدة الامريكية ولوريا وأمريكا اللاتينية ، وهى تسمى البيع بالاشتراك . وأكثر ما تستعمل هذه الطريقة فى السلاسل ذات المجلدات المتوالية المتعددة ، مثل « دائرة المعارف البريطانية » ، أو « كتاب المعرفة » للصغار . وهذه الطريقة موصوفة فى الفصل الرابع عشر ، ولكن ينبغى أن ننكر فى هذا السياق أن تخطيط التحرير ، وتخطيط التسويق ينبغى أن يعملأ يدا مع يد تعاون وثيق .

### الكتب الجارية ازاء « قائمة ظهر الغلاف »

ولسوف تصادفنا أمثلة أخرى لعمل الفريق التعاونى بين المحررين والبائعين ونحن نجوس خلال صفحات هذا الكتاب ، ولسوف نرى دائما أن عمل الفريق يؤدى وظيفته فى كلا الاتجاهين : فأخصائى البيع ، وخصوصا فيما يتعلق بالكتب التربوية على الأرجح ، يمكن أن يكون من أهم مصادر الأفكار للمحرر . وكل أعضاء الفريق سوف يفكرون دائما ليس فقط فى كمية البيع فى عام النشر ولكن خلال السنوات اللاحقة ، سواء من الطبعة الاصلية أو التى أعيد طبعها .

وقوة « قائمة الظهر » أى امكانية بيع أو رواج الكتب التى طبعت فى السنوات السابقة ، تعتبر أحد العناصر الحاسمة المؤثرة فى الربح الموصول للنشر وخدمته المستمرة للصالح العام .

وفى بعض أنواع النشر ، مثل كتب المعرفة العلمية المتضلعة ، فإن النشر « لقائمة الظهر » يكاد يكون هو كل المسئولية . ( ان دار طباعة جامعة اكسفورد تفاخر بكل زهو بأن طبعتها من الانجيل القبطى بيعت آخر نسخة منها بحيث نفدت الطبعة أخيرا ، بعد مائة وخمسين عاما ! ) وبالتنسبة لآى ناشر فإن « قائمة الظهر » هى مفتاح نجاحه خلال الأعوام ، وهى مسلم فخر واعتزاز ومورد لدخل موصول .

## الفصل الخامس

### تحرير المخطوط

للمحرر وظيفتان .. الأولى التى سبق ان شرحناها فى الفصل السابق عن تنمية التحرير ، وهى التماس المخطوطات لكى يحررها ، او السعى فى طلب المؤلفين لكى يكتبوها . اما الوظيفة الثانية ، وهى موضوع هذا الفصل ، فلا تبدأ الا بعد ان يستقر الرأى على نشر المخطوط . وهذه الوظيفة هى تحرير المخطوط واعداده للطابع .

وعملية اعداد المخطوط للطابع تسمى « تنقيح النسخة » . وغرض منقح النسخة هو مساعدة المؤلف على وضع أفكاره فى قالب يتسم باوضح وانظم وأعمل طريقة مستطاعة ، وان يعد المخطوط اعدادا يترتب عليه تنقيته من كل شائبة بحيث يكون سليما اتيقا ، وبحيث يوضح عليه كل التعليقات اللازمة للطابع مما يخفض التصحيحات الى الحد الأدنى الممكن من نفقة المال والوقت .

وهذه طبعا ، فائدة للنائر الذى يدفع الأجر ، ثم هى فى المدى الطويل ، فائدة محققة لجمهور القراء .

وكما هو الشأن فى كل شيء آخر فى هذا الكتاب ، فان المبادئ العامة تنطبق على أى دار نشر من أى حجم . فثمة دار نشر كبيرة جدا لا يتوانر فيها قسم كامل للتحرير فحسب ، وانما اقسام فرعية متخصصة فى كتب فى ميادين معينة كالعلوم ، والاقتصاد ، وكتب الأطفال .

بيد ان ما نقوله هنا ، صحيح بالنسبة لمحرر واحد فى مؤسسة صغيرة ، بل وبالنسبة لمؤسسة او شركة يقوم فيها فرد واحد بكل الاعمال سواء بسواء .

وبعض الناس يرون ان من الخير ، حتى فى مؤسسة كبرى ان يكون المحرر الذى تلم بالفاوضات السابقة على النشر مع المؤلف ، هو أيضا المنقح الذى يعالج المخطوط فى كل مراحله حتى لحظة النشر . وهذه احدى الحجج المنطقية بالنسبة لمؤسسة نشر صغرى حتى يتسنى المحافظة على العلاقات الشخصية المباشرة من البداية الى النهاية ، بدلا من معالجة المخطوط بطريقة « خط التجميع » المعروفة فى الصناعة ، فى قسم كبير ذى طابع غير شخصى ، بمعنى ان المخطوط ينتقل من يد الى يد طورا بعد طور .

ان العلاقة الشخصية أمر له قيمته وأهميته لدرجة ان رئيس التحرير او مدير المؤسسة او دار النشر ، حتى فى بعض المؤسسات أو الدور الكبرى، يعمل أحيانا كمحرر منقح لبعض المؤلفين الكبار الذين كتبوا كتباً ساعد هو فى تفسير دقتها فى مرحلة سابقة .

وفى بعض المؤسسات الكبرى ، يقوم منقح المخطوط بتصحيحه ، ثم بعد ذلك يضطلع شخص آخر يسمى محرر الانتاج بمسئولية التنسيق مع الفئتين والطابع ، ويشرف على الانتاج الفعلى بما فى ذلك تجارب الطبع .

على أننا ، بالنسبة لمفترضنا فى هذا السياق ، من الأسهل أن نفترض أن المنقح مسئول عن كل أمر يتصل بالتحرير من اللحظة التى تقرر فيها المؤسسة نشر مخطوط ما حتى يسلم الطابع الكتاب فى صورته النهائية .

ولا مراء فى أن ثمة إجماعاً على أن ذلك هو أحسن سبيل على أية حال ، وبهذا يكون منقح النسخة هو « الرجل المسئول » من البداية الى النهاية .

هو العضو المفرد فى هيئة موظفى الناشر الذى يعرف كل شيء عن الكتاب إبان انتاجه .

وفى أثناء تلك الفترة فهو يمسك بزمام كل العلاقات مع المؤلف ، أو المترجم ، أو الرسام ، أو المصور ، أو الطابع .

## تنقيح نسخة المخطوط

من المفروض أن المؤلف أو المترجم يسلم المخطوط في صورة معدة للطباعة .  
ومنذ بدء تاريخ الطباعة لم يستطع مؤلف أن يفعل ذلك في الواقع من الأمر .  
ولا مراء في أن الناشر الذي يفشل في انتقان عملية التنقيح وتنقية المخطوط من  
كل شائبة إنما يتسبب في نفقات اضافية ما كان اغناء عن دفعها ، بالاضافة  
الى المهبط بمستوى الكتب ، ومستوى خدمة الجمهور .

ونظرا لان قراء هذا الكتاب ينصب اهتمامهم على النشر بلغات مختلفة  
مكتوبة بحروف طبع خطية مختلفة ، بل والقراءة نفسها في اتجاهات مختلفة ،  
فليس ثمة مسوغ للأطناب في التفاصيل الخاصة بعمل منقح المخطوط .

وايا ماكانت اللغة ، فالمحرر المنقح يحاول اعداد المخطوط على نحو بحيث اذا  
نقله الطابع طبق الاصل بالضبط فانه بذلك يتطابق مع رغبة المؤلف في الطريقة  
التي يود أن يظهر بها كتابه مطبوعا .

وقد يبدو ذلك السبيل ميسورا ، ولكنه في الواقع من الامر من اشد الأعمال  
عسرا في عملية النشر ، لانه يتضمن آلافا من التفاصيل التي لا يمكن حتى  
للمؤلف نفسه ، أن يفكر فيها قبل الأوان .

ونقول « حتى المؤلف نفسه » قد يفغل بعض التفاصيل التحريرية ولكن أولى  
بنا أن نقول « وبخاصة المؤلف » لأن قليلا من المؤلفين من يعتبرون محررين  
منقحين ممتازين لكتبهم نفسها .

ذلك أنهم يكفون كلفا شديدا بمغزى ما كتبوا لدرجة أنهم قد يعجزون عن  
تبيين ضروب الخطأ والنواقص فيما كتبوا فعلا .

وبصرف النظر عن حقيقة أن المحرر المنقح الذي يستأجره الناشر يتعلم أن  
يكون من أهل الخبرة له عين لافطة في ملاحظة هذه الأمور ، فهو أيضا يتأثر  
بميزة ليست عند المؤلف ، وهي أنه يرى عمله بعين جديدة .

ولامراء في أن الناشر الحكيم خليف بأن يحدد هذا الصنيع إذا كان على بقه  
بأن المحرر المنقح إنما يريد فحسب أن يزيد افكار المؤلف وضوحا وإبانة وصحة .  
لا أن يتقحم افكاره فيها .

أما الأشياء التي يتعين على المحرر المنقح أن يفعلها فيمكن إيجازها تحت  
رؤوس المسائل الآتية ، والتي سوف نتناولها بالشرح والتحليل تباعا وبحسب  
ترتيبها الوارد في هذا الفصل .

١ - وضوح الكتابة .

٢ - الخلو من التناقض .

٣ - القواعد اللغوية .

٤ - الأسلوب .

٥ - صحة الحقائق .

٦ - القانونية ( الجواز قانونا ) واللباقة (من حيث عدم مجافاة العرف  
السائد ) .

٧ - التفاصيل الخاصة بالانتاج .

## ١ - وضوح الكتابة

كل حرف من كل كلمة من المخطوط ينبغي أن يكون ليس فقط ميسور القراءة  
للطابع ، وإنما أيضا واضحا بحيث يكفل السرعة والسهولة في القراءة حتى  
يتسنى له أن يركز كليا على عمله الفني الصعب عند صف الحروف دون أن  
يشغل باله بما قصد المؤلف أن يكتبه من حيث المعنى .

وثمة دول نامية كثيرة فيها صنفان للحروف ( أو جماعون للحروف ) ، على  
الرغم من سرعتهم الفائقة في تمييز الجروف المفردة ، إلا أنهم يكادون يكونون  
لميين . ولهذا فلن من الأهمية بمكان أن يكون المخطوط واضحا . وإذا كان لابد من

اجراء عدد كبير من التصحيحات والمداخلات فى المخطوط ، فينبغى للمحرر المنقح ان يعيد نسخ الصفحات الكثيرة الاخطاء والمداخلات . او اذا كان المخطوط بخط اليد لسبب أو لآخر أن تعاد كتابته من جديد فى نسخة واضحة نظيفة .

اما اذا كان المخطوط فى حالة ميئوس منها، عند تسلمه أول مرة من المؤلف . فان المحرر المنقح يطلب من المؤلف ان يأخذَه ثانية ويعيد تسليمه فى شكل أحسن . وهو ينوه فى هذا الصدد بأن ذلك فى مصلحة المؤلف نفسه ( الى جانب ان ذلك شرط من شروط المعتد ) بسبب عدد الاخطاء التى سوف تنتج عن ذلك اذا اضطر الطباع الى أن يعمل فى مخطوط مختلط كثير الشطب ، تصعب قراءته .

وفى المخطوط التى تستعمل الحروف الرومانية ( التركية ، والأندونيسية ، والملايو ، والاسبانية، والبرتغالية، والفرنسية، والانجليزية، والسواحلية واليوروبا ، والاجبو ، والهوسا ، ومعظم لغات الافريقيين جنوبى الصحراء الكبرى ) ينبغى أن يطلب من المؤلف أو المترجم أن يكون المخطوط منسوخا بالالة الكاتبة دائما .

اما فى المخطوط مثل العربية والفارسية ، حيث يستعمل النسخ على الآلة الكاتبة غالبا ، وان لم يكن ذلك دائما ، ففى وسع الناشر ان يدلى بحجتين للمؤلف لتسويغ ضرورة النسخ على الآلة الكاتبة .

( ١ ) على الرغم من أن خط اليد العربى الجيد أكثر جاذبية وأيسر فى القراءة من المنسوخ بالالة الكاتبة ، الا ان الكتابة بخط اليد تتفاوت تفاوتا كبيرا . وتجائس وتوحيد وانتظام المنسوخ بالالة الكاتبة على نسق واحد يساعد الطباع على المزيد من السرعة والسهولة فى العمل .

( ب ) بالاستعانة بالآلة كاتبة وورق الكربون ، فمن الايسر والارخص عمل نسخة ثانية من المخطوط فى نفس الوقت . وهذه النسخة الثانية فى غاية الاهمية والقيمة ، ليس فقط كتأمين ضد ضياع النسخة الأخرى ، ولكن لافلتنتها كمرجع فى تناول يد المؤلف عندما تكون النسخة الأصلية فى يد الطباع . وينطبق



مطلب وضوح الكتابة ، طبعاً ، على ملاحظات المحرر المنقح وتعليماته التي يسجلها للطابع فوق المخطوط ( انظر القسم السابع من هذا الفصل ) بقدر ما ينطبق على كلمات المؤلف في المخطوط سواء بسواء . ان مسؤولية المحرر المنقح الشاملة تقتضى اعداد المخطوط بكل وضوح وجلاء ، بحيث ان الطابع دون ان يتوقف ليفكر ، يستطيع ان يبين ما يريد المؤلف ان يجده في حروف مطبوعة .

## ٢ - الخلو من التناقض

بعض الناس يتحدثون عن المحرر المنقح على اعتبار أنه «يصحح» المخطوط، وهو فعلاً يقوم بتصويب كثير من الأخطاء في الواقع من الأمر ، كما سنرى فيما بعد .

بيد ان هناك عملاً أكبر من ذلك وهو الجهد الذى يبذله فى جعل المخطوط رصيناً ، على نحو ما ، فى الاختيار بين الأبدال المتاحة فى التهجى ووضع الفواصل والتنقيط ، ولم جرا .

وحتى فى حالة ما يكون هناك هجاءان بديلان لكلمة واحدة ، وكلاهما « صحيح » ، فان ذلك لا يسوغ للمؤلف ان يتجنب بين الاثنين ، مستعملاً هذا مرة ، وذاك مرة فى فصول الكتابة المختلفة .

فهذا التناقض خلىق بأن يزعج القارئ جداً ، ثم انه يحدث اثراً مريباً على جامع الحروف ، الأمر الذى يزيد من نفقة الطباعة ، لا مناص .

وفى اللغات التى لها معاجم «قواميس» راسخة تتميز بعمومية الشيوخ والمريان والقبول ، مثل معجم «قاموس» اكسفورد ولاروس ومريام وببستر — على سبيل المثال لا الحصر ، فان مهمة المحرر اسهل بكثير مما هى الحال فى اللغات المفتقرة الى قواميس بهذا الطابع .

ولسكن ، حتى فى اللغات الأوربية ، فان قواميس نفس اللغة قد تختلف بعضها عن البعض الآخر .

والناشرون في نطاق تلك اللغات ، كثيرا ما يعلنون أن « أسلوب الدار » المطلوب أساسه هذا المعجم « القاموس » أو ذاك ، أو على أساس أحد « كتب الأسلوب » المشهورة لدى الناشرين ، والتي تصدرها بعض دور النشر لكي تباع للجمهور مثل :

Rules for Compositors and Readers at the Oxford University Press, University of Chicago Press Manual of Style, U.S. Government Printing Office Style Manual.

وكما اقترحنا في الفصل الخاص بالترجمة ، فإن من المجدى غالبا ، خصوصا في حالة الكتب العلمية ، أن يترجم الفهرس أولا ، لتقرير المصطلحات على نحو ثابت من بداية الأمر .

وسواء تقبل منقح المخطوط مرجعا ما من المراجع كدليل أو مرشد يستعين به ، أو اصطنع قواعد خاصة به في هذا الصدد ، وهو يضي في عملية التحرير ، فهو مسئول عن التثبت من أن المخطوط خال من التناقض من اوله لآخره مع ضمان وحدة الهجاء والمصطلحات في نسق مطرد .

وسنحاول أن نبين في الفقرات التالية بعض ضروب السياق التي تنشأ فيها مشكلات التناقض أو الاطرادية أو الخلو من التناقض .

ونظرا لوجود اختلافات وفروق شاسعة بين تقاليد وعادات وسنن اللغات المتعددة ، فمن المستحيل أن نضرب امثلة منها جميعا . ولكن الطبيعة العابة للمشكلات يمكن أن تتضح بامثلة ايضاحية من اللغة الانجليزية في تلك الحالات التي نقدم فيها شرحا لهذه الامثلة .

**التهجى :** ومسألة التهجى ليست مجرد قضية الفروق أو الاختلافات النظامية في نطاق اللغة الواحدة مثل تهجية كلمة Labour الانجليزية مقابل labor الامريكية ، ولكن بصفة اخص مشكلات الاختلاف في كتابة الكلمة الواحدة في حالة صيغة الجمع بطريقتين مختلفتين مثل busses, buses او في

حالات الحروف الموصولة بآخر الكلمة على غرار Traveling و Travelling .  
ولهلم جرا .

وطبعا ، بالإضافة الى الاختيار بين ابدال الصيغ الصحيحة ، فيتعين على  
منتقح المخطوط أن يصوب اخطاء الهجاء المعديدة التى لا يسلم منها معظم  
المؤلفين .

**نقل اللفظ بحروفه :** بصفة خاصة فى عالمنا الحديث الزاخر بتبادل الأفكار  
والاعلام الثقافى بين مناطق وآفاق تستعمل لغات مختلفة ، فثمة ناحية خاصة  
من التهجى ، وهى ناحية فى غلبة الصعوبة ، تتعلق بنقل اللفظ بحروفه من  
منسخ لآخر .

وترداد المشكلة صعوبة عندما يكون نقل اللفظ بحروفه الى لغة أخرى من  
الانجليزية التى تستعمل طريقة فى الهجاء غير منطقية وفيها شذوذ كثير فى  
القواعد ، مع اختلافات كبيرة ، فى كثير من الأحيان ، بين صيغ المكتوب  
والمنطوق .

والحررون الآسيويون يختلفون فيما بينهم بالنسبة لمسألة هى ينبغى أن يكون  
نقل الألفاظ بحروفها على أسس نطق الكلمة أو هجائها فى الأصل الانجليزى .  
ثم أن الافتقار الى المعاجم « القواميس » الجيدة ذات اللغتين مما يجعل المشكلة  
أكثر صعوبة .

وكل ما فى وسعنا هنا هو أن نشير الى مشكلة نقل اللفظ بحروفه على اعتبار  
أنا أحدى المشكلات الرئيسية فى العلاقات بين الثقافات ، ونحذر المحررين من  
منتقى المخطوطات فى كلا الشرق والغرب ، على السواء من الأخطار والمزالق  
التى ينبغى الاحتراس منها ، والى مقدار الجهد المطلوب لبلوغ المطابقة  
والرصانة والخلو من التناقض .

**وضع الفواصل بين الكلمات :** انتقيح المخطوط ، بصفة عامة ، من من الفنون ،  
وليس علما من العلوم المضبوطة أو المختصة .

وهذا القول صحيح ، بصفة خاصة ، فى حالة وضع الفواصل وما يلحق بهذا الفن من دراية وذوق وتذوق . وثمة انواع من الفواصل تتصل اتصالا مباشرا بقواعد اللغة السليمة ، ولكن المسألة فى مجملها تتعلق بالذوق والاسلوب أكثر مما تتعلق « بالصواب » او « الخطأ » .

ومسئولية منقح المخطوط هى التثبت من أن يكون المخطوط ، ساعة تسليمه للطابع ، يحتوى كل الفواصل التى تساعد القارئ على فهم ما أراد المؤلف أن يقوله ، وان تكون الفواصل متطابقة بشكل معقول وفقا لنظام متفق عليه .

**الاختزال :** كما هو الشأن فى حالة الفواصل ، فان معظم المسائل المتعلقة باختزال الكلمات ليست من قبيل « صواب » و « خطأ » ، وانما مجرد اتفاق على مناسبة هل تستعمل هذه الضروب من الاختزال أم لا ، وعلى أى منها هو الذى يستعمل من بين ابدال كثيرة متاحة . مثلا : هل نستعمل الحرفين الاولين فى الرتبة العسكرية أم نكتب الرتبة العسكرية بحروفها كاملة مقرونة بالاسم . وكذلك الامر بالمقياس الى المقياس ، هل نكتب الرمز الدال على المقياس أم نكتب الكلمة نفسها (مثل متر أو قدم أو بوصة) . ونفس القاعدة بالنسبة للالفاظ العلمية ، هل نقول الدكتور فلان أم د . فلان ، وهلم جرا .

**الصيغ المتناوبة او المتباعدة :** ان مشكلة الصيغ المتناوبة او المتبادلة تواجه منقح المخطوط بطرق كثيرة ، سنذكر منها واحدا فقط على سبيل المثال لا الحصر .

هل تستعمل الاسماء الجغرافية فى صيغتها المحلية كما ينطقها أهلها أم فى صيغتها الدولية المتفق عليها ؟

هل نكتب كلمة فلورنسا بهذا الشكل أم نكتب كما يكتبها وينطقها أهلها : فيرنزى ؟

هل نكتب كلمة فلسطين بهذا الشكل أم بطريقة بالستين (Palestine) ؟

وكذلك الامر بالمقياس الى القاهرة وكايرو Cairo وهلم جرا .

**الاسلوب الموحد بالنسبة للمادة المساعدة :** من ضمن الاعمال الرئيسية التي يؤديها منقح المخطوط خصوصا في الكتب العلمية والبحوث المتخصصة ، أن يلتزم وحدة النسق في صيغة عرض المادة المساعدة مثل الجداول والتذييلات والمعادلات الكيماوية والحسابية والاصطلاحات المكتوبة تحت الرسوم التوضيحية أو البيانات الشارحة .

**مشكلات أخرى :** وثمة عدد آخر في قائمة اعباء منقح المخطوط وهو يسمى الى جعله رصينا متناسقا خاليا من التناقض متطابقا مع القواعد المتعارف عليها .

ومن حسن حظ المحرر الاسوي أن بعضا من هذه المشكلات الاضافية لا تنجم في كثير من اللغات الاسيوية التي تستعمل حروف طبع خطية (أشبه بخط اليد) ليست فيها حروف تاج أو حروف مائلة ( في الطباعة ) .

ولكن في اللغات التي تستعمل الحروف الرومانية والترقيم الروماني ، فمشكلاتها الكبيرة هي ما يلي :

#### ا - حروف التاج

هل تستعمل حروف التاج في حالات مثل :

حكومة نيجيريا الفيدرالية بحيث تبدأ كلمة كلمة بحرف التاج في الانجليزية ، أم تكتب بالحروف العادية ؟

#### ب - الكلمات المركبة

هل تكتب كلمة الكتب الدراسية باللغة الانجليزية كلمة واحدة textbooks أم كلمتين بينهما فاصل text-books أم كلمتين منفصلتين text books ؟

#### ج - تقسيم المقطع

عندما تشطر كلمة في نهاية سطر من سطور الطباعة لكي تكمل في السطر التالي .

د — استعمال الحروف المائلة في الطباعة او وضع خطوط تحت كلمات معينة  
او كلمات خاصة ضمن عبارات معينة .

## ٢ — قواعد اللغة

من ضمن اعمال منقح المخطوط ان يتأكد من صحة قواعد اللغة في المخطوط  
عندما يتسلمه الطابع في النهاية .

على انه ليس من السهل الجزم بما هو صحيح فعلا ولو بالنسبة للغة واحدة،  
ناهيك عن اللغات الأخرى الكثيرة التي تهم قراء هذا الكتاب .

وعلاوة على مسائل الذوق الشخصي ، فثمة اختلافات تكاد تكون فلسفية بشأن  
قواعد اللغة في بعض اللغات ، ثم ان الجنوح الى هذه الاختلافات في الرأي  
خليق بأن يكون أعظم بالقياس الى بعض اللغات الآسيوية ، مما هو في اللغات  
الأوروبية .

وكل ما في وسعنا أن نقترحه كتاعدة في هذا الصدد ، هو ان قواعد اللغة  
التي يتفق عليها الناس عموما ، من اصحاب الذوق السليم في المثقفين هي  
ما يريد الناشر في كتبه .

ولكن ذلك لا يحل المسألة ، طبعا ، لأن منقح المخطوط يتعين عليه ان يقرر كل  
حالة على حدة، عندما تنجم ، طبقا لأحسن ما يتسنى له من حكم .

ان منقح المخطوط يواجه واحدة من احدى تحدياته الكبرى عندما ينقى  
المخطوط من كل شائبة لغوية دون ان يغير أسلوب المؤلف أو الأفكار التي يريد  
التعبير عنها .

## ٤ — الوضوح والأسلوب

ان دقة عمل منقح المخطوط في معالجة قواعد اللغة ، تعتبر هزيلة ضئيلة اذا  
قورنت بما يتعين عليه أن يفعله لكي يجعل معنى المؤلف واضحا اذا كان المؤلف  
لم يفلح في ذلك بنفسه . فاذا لم يكن ثمة شيء خاطيء فعلا في عبارة المخطوط ،

فقد يفضب المؤلف ويحق بسبب أية تغيرات ما لم يشرح له سبب التغير بكل صبر واثابة .

أما بالنسبة «لأسلوب الكتابة» فإن المؤلفين ولهم في ذلك عذر مفهوم ، أكثر حساسية . ذلك أن المؤلفين ، وكثيرا من الناشرين حقا ، يجنحون الى الشعور بأن الأسلوب جزء أساسي جدا من عمل المؤلف ، بحيث أن المخطوط لا ينبغي أن يقبل ما لم يكن قبول الأسلوب معه سواء بسواء . وبقينا ، هذه هي الحال ، طبعاً ، في حالة الأدب الإبداعى الخلاق ، أكثر مما هي في حالة كتب المعلومات وما شابه ذلك .

فكتب المعلومات والحقائق ، غالبا ما يكتبها مؤلفون أصحاب معرفة متخصصة بمادة الموضوع في ميدان معين بالذات ، ولكنهم قلما يكونون كتابا محترفين ، بل وليسوا بالضرورة من ذوى الخبرة فى هذا الصدد .

وفى هذا النوع من الكتب بالذات ، ومع هذا النوع من المؤلفين بالذات ، تنهيا أوسع فرصة لمنقح المخطوط لى يساعد المؤلف — والغارئ — بجعل عرض مادة المؤلف أكثر وضوحا وأوفر إثباتة دون أن يحيف على النص المكتوب أو ينقصه من أطرافه أو يضيف من لحنه . هنا تتجلى براعة منقح المخطوط فى توضيح ما يحاول المؤلف أن يقوله .

بيد أن منقح المخطوط لابد أن يكون موضع ثقة إذا أريد من المؤلف أن يتقبل التغييرات التى يدخلها فى القواعد أو الأسلوب .

وهنا يجب أن يكون منقح المخطوط دبلوماسيا وأستاذًا فى اللغة مألكا لزمائها لى يؤدى هذا الجزء من عمله . والأهم من ذلك كله ، هو الشعور الوجدانى فى صميم فزاده — وهو شعور سوف يستيقنه المؤلف ويعترف به — بأن مآربه الوحيد هو أن يساعد المؤلف ويشد أزره ويعينه على أن يقول بمزيد من الوضوح ما أراد أن يقوله ذلك المؤلف نفسه أولا وقبل كل شيء .

## • - صحة الحقائق

وهذا أيضا جزء آخر من عمل منتقح المخطوط ، من ضمن الاعمال التي يعتبر وضع قواعد لها من اشق الأمور ، فمن الجلى أن المحرر المنتقح ليس لديه الوقت الكافي لكي يتثبت من صحة كل حقيقة في أى كتاب . ولكنه اذا كان واسع الاطلاع غزير المعرفة ولديه الملم طيب بكثير من الموضوعات ، فهو خليق بأن يتصيد الأخطاء ويلاحظ الفجوات وينظن الى الخلل وهو يقرأ المخطوط .

وهنا يبدو الفرق بين الخبير المحنك وبين الفج الضحل ، فالمحرر الممتاز حقا له « حاسة سادسة » ابداعية خلقة ، تهديه الى التثبت من العبارات أو الأقوال التي تبدو مريبة أو فيها شبهة .

فإذا قرأ في مخطوط مثلا ، أن جبل اكونكاجوا في الأرجنتين ارتفاعه ٢٢٨٣٥ مترا ، فهو خليق بأن يتثبت من ذلك اذا كان موافقا لى يعرف أن جبل ايفرست يقل ارتفاعه عن ٩٠٠٠ مترا . واذا قرأ أى مرجع جغرافى فلسوف يعلم أن ارتفاع جبل اكونكاجوا ٢٢٨٣٥ قدما وليس مترا .

أو ، اذا كان الموضوع عن اللغات الاسيوية ، وثمة اشارة الى « السودانية » فان معلومات المحرر العالمة خليقة بأن تحقق تلك على أنها كلمة افريقية لا آسيوية ، فاذا ما أمعن في البحث فلسوف يعلن أن المؤلف انما قصد الاشارة الى « السودانية » الاتونيسية .

أو اذا قرأ اشارة الى عمل من أعمال الامبراطور جاهانجير في سنة ١٧٢٠ من الميلاد (حوالى قرن من الزمان تقريبا بعد موت جاهانجير) ، فان ذلك خليق بأن يجعله يقفز ويتثبت مما اذا كانت غلطة المؤلف في التاريخ أو في اسم الامبراطور .

والخدمة التي يسديها المحرر في هذا الصدد ، تكاد تكون لا نهاية لها ، ويجب على المحرر أن يفرض على نفسه قواعد يلتزم بها بشأن المدى الذى يذهب اليه في



هذا الشوط . فإذا ما ظهر خطأ بعد خطأ فى الحقائق التى يثبت منها ، فقد يقرر المحرر ولا جناح عليه ، أن يعيد المخطوط الى المؤلف ، أو يعهد به الى متخصص فى مادة الكتاب ليراجعه مراجعة كاملة .

## ٦ — القانونية (الجواز قانوناً) واللياقة (من حيث عدم مخالفة العرف السائد)

إن كثيراً من المسائل الخاصة بقانونية ولياقة مخطوط ما ، لا بد أن ينظر فى أمرها ويستفتى فى شأنها وتحسم قبل قبول نشر المخطوط .

ولكن المحرر مسئول أمام الناشر عن الانتباه تفصيلاً لآى شيء فى المخطوط قد يكون مضاداً لقوانين بلاده ، أو مخالفاً لسياسة دار النشر ودينها بالنسبة للأدب العامة أو العرف أو الوفاق أو اللياقة .

وليس ثمة ريب فى أن المحرر سيقدر بنفسه عدداً من المسائل أو القضايا البسيطة ، التى ليست بذات خطر ، فى هذا الشأن أو بالشورى بينه وبين المؤلف . ولكن فيما يتعلق بالمسائل الرئيسية أو القضايا الكبرى مثل احتمال رفع دعوى قذف أو تشهير من جانب من يمسهم نقد فى المخطوط ، أو فيما يتعلق بتعد جارح ضد المعايير المقبولة للأدب العامة أو العرف السائد ، فهو خلىق ، ولا شك ، بأن يأخذ رأى السلطة العليا فى دار النشر .

وليس ثمة ريب ، فى أن المعايير تتفاوت تفاوتاً كبيراً ، ليس فقط من أمة لأمة وبلد لبلد ، بل وحتى من فترة لفترة أخرى أو عصر لعصر فى البلد الواحد .

وليس فى الوسع ذكر القواعد التى ينبغى اتباعها لحل المسائل الكبرى ، عموماً .

فكل مشكلة أو قضية أو مسألة ينبغى أن يبت فى أمرها على حدة ، وفى حد ذاتها ، فى ضوء كل الظروف القائمة فى الوقت المعين والمكان المعين الذى ينشر فيه الكتاب .

ولا جدال في أن الضرر ، له أهميته ، كالفكاء سواء بسواء ، في اتخاذ كل قرار .

وثمة قسط خاص من عمل منقح المخطوط ، وهو قسط قد يكون أو لا يكون جزءا من المشكلة القانونية ، هو أن يستيقن من أن المؤلف لا يخرق الحقوق الأدبية للمؤلفين أو الناشرين الآخرين .

وسوف نتصدى لهذا الموضوع في الفصل الثامن عشر .

بيد أنه مما يجدر ذكره في هذا السياق ، أن عدم عضوية بلد من البلاد في الاتفاقية الدولية لحقوق النشر والتأليف ، لا تعفى الناشر ، أو المحرر الذي يعمل له ، من كل مسئولية .

فأولا توجد قوانين محلية خاصة بحقوق النشر والتأليف في بعض البلاد تحول ، على نحو ما ، دون سرقة حقوق الملكية الأدبية المحلية حتى ولو كان البلد لم يوقع اتفاقية تحمي المؤلفين الأجانب وتضمن حماية حقوق مؤلفيها في الخارج .

ومضلا عن ذلك ، فانه من المصلحة المشتركة لكل المؤلفين والناشرين كطائفة أن تحترم حقوق الغير ، سواء أكان البلد قد اتخذ سبيله لسن القوانين الرسمية في هذا المضمار ، أم لم يبلغ هذا الشوط بعد .

## ٧ — التفاصيل الخاصة بالانتاج

على الرغم من أن تفاصيل الانتاج ، ليست في جميع سبلها ، مسئولية منقح المخطوط ، اذا كان ثمة قسم منفصل للانتاج ، الا ان منقح المخطوط لا يزال له عمل هام يتعين عليه الوفاء بتبعته فيما يتعلق بالانتاج .

فمنقح المخطوط ، هو الشخص الذي يتعين عليه أن يتأكد من أن المخطوط كامل مائة في المائة حقا (وقليل من المخطوطات في التاريخ كله كانت كذلك عند تسلمها أول الأمر من المؤلف) بما في ذلك صفحة العنوان ، وفهرس المحتويات ، والمقدمة والتذييلات ، والرسوم الايضاحية ، والبيانات الشارحة والخرائط ،

وعناوين الفصول ، وقائمة المراجع ، وقائمة المصطلحات ، الخ، ثم اخيرا بعد ان يتم صف جميع الملزم ، فهرس الكتاب ككل .

المحرر بصفته المنسق بين عمل المؤلف ، والرسام مصمم الغلاف والطباع ، هو حلقة الاتصال الذى يمثل كلا الناشر والمؤلف فى علاقاتهما مع بقية الاطراف المعنية بالأمر .

ولعل من اهم أعمال المحرر — منقح المخطوط ، هى بيان التعليقات اللازمة للطباع بشأن حجم ونوع حروف الطبع ، وطول السطر ، والمسافات بين السطور ، وغيرها من الامور الاخرى المتعلقة بنظام الكتاب .

فاذا كان ثمة مصمم تنفيذى للكتاب ، ففى وسعه ان يضطلع بمسئولية بيان هذه المواصفات الخاصة للطباع ، بالتشاور مع محرر المخطوط . ولكن فى أى دار نشر صغيرة ليس عندها مصمم ، بل وربما ليس فيها قسم للإنتاج ، فان محرر المخطوط يناقش امور التصميم مع الطباع مباشرة . فاذا ما اتفق معه على خطة ، فانه يضع العلامات اللازمة فى المخطوط التى يرى من الضرورى ان ينبه اليها الطباع .

( وعلى سبيل المثال : فان محرر مخطوط هذا الكتاب ، او المصمم يعد مناقشة المحرر ، وضع العلامات اللازمة فى مستهل المخطوط لكى يوضح للطباع نوع وحجم حروف الطبع التى يتعين استعمالها فى المتن ، ثم بعد ذلك اعطى تعليمات خاصة بأوائل السطور وتقريب المسافات بين السطور فى مواضع خاصة مثل القسم المعنون « حروف التاج والكلمات المركبة » الى آخره . وكذلك تصفير حروف الطبع فى التنزيلات . وبذلك كان جامع الحروف يعلم من أول الأمر ان فى وسعه ان يستمر فى استعمال حروف الطباعة الاساسية والمسافات المعتادة فى الصفحات فيما عدا هذه المواطن بالذات ) .

### ادوات حرفة منقح المخطوط

ان قليلا من الادوات المطلوبة فى نشر الكتاب ما هى اشياء مادية ، ذلك ان

الاشياء الهامة حقا هي عقول وخيال وفكر أعضاء هيئة الموظفين . وهذا صحيح بالنسبة للمحررين مثلما هو صحيح بالنسبة لغيرهم فى هذا المجال .

ان ثقافة عامة طيبة ، وتربية واسعة الأفق ، وحس استطلاع فكرى، وشغف علمى ، وحبا للقراءة فى ضروب متنوعة من الموضوعات والالام بها ، وحاسة لغوية على غرار الحاسة الموسيقية — هى أهم أدوات العتاد المطلوب للمحرر منقح المخطوط .

بيد أنه علاوة على ذلك ، ثمة أشياء قليلة مادية يحتاج اليها المحرر ايضا : أقلام ( ومن الأفضل أن تكون ملونة لكى تكون ملاحظات المحرر مميزة بوضوح بالنسبة لكتابة المؤلف أو ملاحظاته ) . ومقسط ومادة لزق ( وليس أى دبائيس أو كلابات لأنها خليقة بأن تتفكك أو تنشب فى صفحات اضافية بلا قصد ) ، وكذلك خنالة مرقمة ( فى أى دار من دور النشر مهما يكن حجمها ) لترقيم الصفحات بالتسلسل من أول المخطوط لآخره .

ويحتاج المحرر أيضا الى طائفة من المراجع للتثبت من هجاء الكلمات ، والحقائق والتواريخ ، الخ .

وسواء اكانت دار النشر كبيرة بحيث تتوافر فيها مكتبة للمراجع أم لا ، فينبغى أن يتزود كل محرر بمعجم « بقلموس » وموسوعة موجزة ( ولتكن موسوعة بلغة أجنبية ان لم تكن هناك موسوعة ميسرة بلغته ) ( \* ) .

أما مكتبة المراجع العامة اذا وجدت، فهي تشمل عددا من الموسوعات الكبرى العديدة المجلدات بمختلف اللغات ، وعددا من المعاجم « القواميس » المتخصصة ، والإطالس ، وطائفة من المراجع الأساسية اللغوية وغير اللغوية المختلفة الأنواع .<sup>١</sup>

بيد أن المحرر فى وسعه أن ينجز عمله ، على نحو ما ، بأقل ما يمكن من هذه

---

(\*) لا جناح علينا فى هذا السياق من التويه بالموسوعة العربية الميسرة التى اصبحت اداة طيبة باللغة العربية فى يد الباحث والقرارئ والمحرر العربى ( المترجم ) .

المراجع عند الضرورة ،على أن يستعين بالمكتبة العامة أو احدى مكتبات الجامعة بالنسبة للأشياء التى لا يستطيع أن يجدها فى الكتب أو المراجع الموجودة على مكتبه بصفة دائمة .

### المنقحون «الخارجيون»

بعض الناشرين يستعينون فى معظم أعمال التنقيح بأناس من خارج دار النشر ، يعملون فى بيوتهم لقاء أجر معلوم .

وهذه الطريقة ، جذابة ، على نحو ما ، بالنسبة للناشر الصغير ، لأنها تمكنه من أن يستخدم أشخاصا ذوي معرفة متخصصة بمادة المخطوط ، وهى فى نفس الوقت توفر نفقة استخدام محررين برواتب ثابتة . بيد أن هذا النظام لا يخلو من مطعن ، وهو أن يعهد بالمخطوط لشخص عديم الصلة الوثيقة بدار النشر ككل . ثم أن هذا « الخارجى » عادة ما يكون غير مهنى أو محترف فى المعنى الكامل لعملية النشر .

ولا ريب فى معظم الأحيان على الأقل ، أن المنقح الخارجى عادة ما يكون أقل مهارة ودربة بالنسبة للتحضير الأول للمخطوط ، وأقل فائدة أيضا ، للناشر ، عن موظف ثابت دائم فى أشواط التنسيق مع الرسامين والطابعين ، الخ ، كما سبق الذكر .

وفيما يتعلق بأعمال تجارب الطبع ، التى سنتناولها فى الجزء التالى ، فيتعين على الناشر أن يعهد الى شخص آخر بأداء ذلك العمل ، إذا لم يكن منقح المخطوط عضوا ثابتا فى هيئة موظفى دار النشر ذاتها .

وعلى سبيل الموازنة ، فمن الخير ، إذا تسنى للناشر ، أن يكون لديه شخص مسئول عن التحرير فى عقر دار النشر فعلا ، سواء استعان بأشخاص خارجيين أم لا ، لأسباب اقتصادية ، أو استخدم مواهب خاصة فى بعض الأعمال المتعلقة بقراءة المخطوط أو تنظيمه بالعلامات والبيانات اللازمة .

## تجارب الطبع

ثمة شخص فى دار النشر - وعادة ما يكون محرر المخطوط - يتسلم تجربة الطبع غير المصححة فور وصولها من الطباع ، ويرسلها الى المؤلف ، ثم يتسلمها ثانية وعليها تصحيحات المؤلف ، ويفحصها لكى يتأكد من وضوحها وسلامتها ، ويضيف اليها اية ملاحظات من عنده ، ثم بعد ذلك يرسلها ثانية الى الطباع .

ولعل من أهم الاسباب الرئيسية للنقصات الاضافية الزائدة التى لا لزوم لها ، وهبوط المستويات الطبوغرافية لطباعة الكتب فى كثير من الدول النامية ، هو عدم اشتراك الناشر فى عملية تجارب الطبع .

والذى يحدث فى اغلب الاحيان ، ان المؤلف يجد نفسه ملقى تحت رحمة الطباع وبين براثنه ، فى حين ان الناشر نفسه لا يفعل اى شئ بتاتا بشأن الكتاب حتى تاتى اليه النسخ جاهزة مطبوعة مغلفة وتصب فى مخزنه أو مستودعه . وتلك طريقة باهظة النفقة كما انها تجافى الأصول المرعية للمهنة ، بل انه ليتمكن القول بأنها مكروهة مهنية .

ينبغى ان تكون اصابع الناشر على نبض العمل ، خطوة خطوة ، من اول الشوط الى نهايته بحيث لا تفوته صغيرة ولا كبيرة ، وتكون يده مهيمنة على كل ضوابطها .

فاذا سارت الامور على مايرام ، فمن المفروض ان يكون ثمة تجربتان للطبع فحسب ، يقرؤها المؤلف ومحرر المخطوط - اولا التجربة الاولى فى صحائف طويلة لم ترتب بعد ، فى شكل صحيفة كتاب ، ثم تجربة طبع للصفحة بعد ان يكون الطابع قد صحح التجربة الاولى وقسم الملزمة الى صفحات تحمل ارقامها .

ولكن ، وعلى الاخص فى البلاد التى جنح فيها الطباعون الى اهمال مسؤولياتهم فى قراءة تجارب الطبع ، والتى ربما لا يراعى الناشر انفسهم خمة بالنسبة للشكل الذى يرسلون به المخطوطات الى الطباع ، فان مزيدا من مراجعة

تجارب الطبع ، مرة أخرى أو مرتين ، قد يكون لازما ، في مرحلة الملازم أو مرحلة تجارب الصفحات •

ومعظم المؤلفين ليست لديهم دراية بميكانيكيات صناعة الكتاب ، وربما لا يفقهون شيئا عن الطريقة التي يجرون بها التصحيحات . وفي وسع محرر المخطوط أن يكون نافعا في توجيههم نحو أفضل الطرق الموفرة للجهد والوقت . وهذا مفيد للمؤلف ، كما أنه اقتصاد للناس . لأنه كلما زاد عدد السطور التي تتطلب تغييرا ، زادت فرصة حدوث لخطاء جديدة تتسلل الى المخطوط .

وحتى ادخال عدد قليل من الكلمات في بداية فقرة طويلة قد يجعل من اللازم اعادة ترتيب صفوف الحروف بحيث تتزحزح الى الورا في الفقرة كلها الى ختامها •

بل ان التغييرات في مرحلة تجارب طبع الصفحات المرقمة اكثر نفقة: اذا نتج عن ادخال كلمات قليلة ، اضافة ولو سطر واحد من الحروف ، فلا بد من زحزحة السطور من صفحة الى الصفحة التالية الى ختام الفصل كله .

ونفس الاعتبار ينطبق على حذف بعض الكلمات حيث ان وجود مسافات كبيرة بين الكلمات ، امر كره لا يمر العين ولا يريحها ، وقد يتطلب ذلك من جامع الحروف أن يعيد صف أو تنظيم سطور عديدة لكي يوزع هذه المسافات المتخلفة عن نزع بعض الكلمات ، توزيعا مقبولا • ( على أن هذه حالة أخرى تمتاز فيها بعض اللغات مثل العربية والفارسية على تلك التي تستعمل الحروف الرومانية ، بسبب تقليد استعمال خطوط الوصل الطويلة بين الحروف اذا لزم الامر للتخلص من المساحة الزائدة بين الكلمات دون حاجة الى اعادة ترتيب كثير من السطور التالية • )

### تغييرات المؤلف

ثمة تقليد راسخ ، أصبح من الممنن المرعية في معظم الدول الغربية ، وهو الزام المؤلف بدفع التكاليف اذا تجاوز حدا معقولا من التغييرات أو التعديلات

فى تجارب الطبع نتيجة لتعديل أفكاره أو رغبته فى وضع أفكار جديدة أو آراء طرأت له فيما بعد . أى أن من المفروض أن الطباع يدفع نفقات تصحيح الأخطاء الفعلية التى أحدثها جامع الحروف ، والناشر يدفع مبلغا صغيرا لقاء التغييرات الإضافية التى قد يرغب المؤلف فى إدخالها علاوة على تصحيح أخطاء الطباع ، والمؤلف ملزم ، عادة ، بموجب العقد أن يدفع ثمن أية تغييرات تتجاوز ذلك .

وهذه التغييرات الإضافية التى يسهم المؤلف فى دفع تكلفتها تسمى «تعديلات المؤلف» . وهى مسألة من الممكن ، طبعا ، أن تكون موضع جدل كبير .

وفى الواقع من الأمر ، فإن قليلا من الناشرين من يستطيعون تنفيذ قاعدة «تعديلات المؤلف» تنفيذا كاملا ، ولكن القاعدة موجودة لحماية الناشر ، إذا حدث ، كما هو الشأن فى بعض الأحيان ، وانساق المؤلف وراء رغبته فى إعادة كتابة ما كتب وتعديله بعد أن وجد طريقه الى المطبعة ، وتسبب فى زيادة التكلفة الى حد يكاد يصل الى مقدار تكلفة الطبع بادية ذى بدء .

### المهمة الشاقة والتحيزات الكبيرة

إن محرر المخطوط ، تناط به أدق الأعمال طرا ، فى مهنة النشر . إن عمله يتطلب الذكاء والمهارة والفراغة والكياسة والدبلوماسية فى أسنى مراتبها .

وهو عمل زاهر بضروب شتى من الكظوم ، وضروب شتى من الثواب والمكافأة سواء بمسواء .

ثمة أوقات يخيل فيها للمحرر أن الجميع ضده - المؤلف والمصمم ، والطباع وغيرهم - حيث أنه « الرجل الذى يقف فى الوسط » بين جميع الأطراف المعنية بالامر ، وهو معرض للشد والجذب من كل ناحية . بيد أنه أيضا يتمتع بالشعور بالقبلة لكونه الشخص الأوحى فى الميدان الذى على صلة وثيقة بكل ناحية من نواحي الكتاب المعين بالذات الذى يعمل فيه .

ومن أروع ضروب المكافأة ، ذلك الجزاء الذى يأتى من ميزة أن المحرر هو أوثنى الناس صلة ، فى عالم النشر ، بالمؤلف .



وكم من صداقات تاريخية نمت ونشأت وآتت أكلها بين مؤلفين مشهورين وبين محرري مخطوطاتهم •

وثمة حالات جديرة بالتقوية والذكر رفض فيها مؤلفون أن يعطوا كتباً جديدة لدار نشر مختلفة ، على الرغم من سخاء العروض المقدمة اليهم ، والتي تفوق ما عند دار النشر التي يؤثرونها من حيث الاغراءات المادية ، وحقوق النشر السخية ، لأنهم تشبثوا بالبقاء مع محررين وضعوا فيهم ثقتهم •

ان محرر المخطوط هو آخر من يعالج المخطوط قبل أن يذهب الى الناس الذين سيضعونه في شكله المادي في صورة كتاب •

وسوف نتناول عمل هؤلاء الناس في الفصل التالي •

## تصميم الكتاب

فى الفصل السابق ، تحدثنا عن أعداد المخطوط •

فإذا ما تم هذا العمل ، فالخطوة التالية هى الصناعة المادية ، أى تحويل المخطوط الى كتاب • والطباع ، طبعا ، هو الذى يفعل ذلك •

ولكن هناك شخصا آخر ، نادرا ما يخطر ببال الجمهور ، وعمله يأتى قبل ذلك ، ألا وهو المصمم •

ومن ثم ، فسوف نتناول فى هذا الفصل عمل المصمم قبل أن نتصدى لانتاج الكتاب ذاته •

### المصمم

تماما ، مثلما يؤثر من يبتقى بناء بيت أن ينشئه على أساس رسوم صممها بنفسه ، بدون معونة مهندس خبير من أهل المهنة ، فكذلك الأمر بالقياس الى كثير من الكتب التى يصنعها الطباعون الذين يعملون كمصممين لأنفسهم دون استئجار خبير فنى متخصص •

ولكن لكل بيت ولكل كتاب مصمم ، من نوع ما ، لا مناص (١) •

وسواء أكان مصمم الكتاب خبيرا فنيا متخصصا أم لا ، فلا مفر من وجود شخص ما فى دار الطباعة ، أو دار النشر تقع على عاتقه مسئولية تقرير الطريقة التى سيصنع بها الكتاب •

---

(١) عندنا فى الأقاليم العربية : أعطوا القوس بـ « ر » و « الميث لخبازه » • ( المترجم )

وهذه التفاصيل تشمل حجم الصفحة ، ونوع وحجم حروف الطبع ، وسعة الهوامش ، ووضع حروف الطبع على الصفحة ، والمسافة بين السطور ، وتنظيم عناوين الفصول وأرقام الصفحات ، والتدابير الخاصة بالرسوم الإيضاحية والجداول ، ونوع الورق ، ونوع الغلاف من حيث اللون والمادة ( ورق أو قماش ) وآلاف من التفاصيل الأخرى التى تؤثر فى المظهر المادى للكتاب وتحدد ملامحه ومعاله .

ومعظم دور النشر الكبرى ، التى تصدر عددا كبيرا من الكتب الجديدة كل عام ، وجدت أن من الأوفر لها أن تستخدم مصمما على أساس طول الوقت كعضو فى هيئة موظفى النشر .

وطبعاً ، ليس ذلك فى وسع الناشرين الصغار ، وهم لذلك إما أن يستخدموا مصممين محترفين من الخارج لقاء أجر معلوم ، بالقطعة الواحدة ، أى كتاباً كتاباً ، وإما أن يستأجروا مصمماً يعمل فى أوقات معلومة فى نطاق هيئة الموظفين النظاميين .

وفى المؤسسات ذات الرجل الواحد ، فإن الناشر يتعلم شيئاً عن صناعة الكتاب إبان سير العمل فى أشواطه المتعاقبة ، حتى ولو لم يكن عالماً بذلك من قبل ، وفى هذه الحالات فإن تصميم الكتاب يتخذ مسيله بطريقة غير رسمية ، عادة ، بين الناشر والطباع .

على أن مصمم الكتاب ، قد تكون عنده ، أو لا تكون عنده مواهب فنية إضافية كرسام توضيحي أو خطاط ، أو صانع خرائط ، الخ ، لذا يكون من الأوفر ، طبعاً ، للناشر الذى يستخدمه ، من الوجهة الاقتصادية إذا كانت لديه هذه المواهب مجتمعة .

وفى الواقع من الأمر ، فإن قرار استئجار الشخص الذى أصبح فيما بعد المصمم ، اتخذ فى كثير من دور النشر الصغيرة ، بسبب عمل معين كبير ، كان يتطلب الاستعانة بفنان خارجى لولا ذلك .

وكما أشرنا فى الفصل السابق ، فان محرر المخطوط يعتبر بمثابة منسق لعمل المؤلف والرسام والنشر والطباع . وفى بعض الحالات فقد يتيسر لمحرر فى دار نشر صغيرة ان يتقنه فى مشكلات تصميم الكتاب ويصبح ، فى الواقع ، « المصمم » الخاص بالنشر .

وفى حالات أخرى فى المؤسسات الصغرى، فان الشخص المسئول عن الشؤون التجارية مع الطباعين ، وتجار الورق ، الخ ، قد يصبح متخصصا فى التصميم فى نفس الوقت .

او قد يكون ثمة عضو آخر من هيئة الموظفين كانت له خبرة سابقة فى مؤسسة للطباعة ، ويريد ان يصبح خبيرا استشاريا فى التصميم للنشر على أساس بعض الوقت .

وايا ما كان النظام القائم بالنسبة لأعمال هيئة الموظفين ، فمن المحتم تملأان يكون ثمة شخص واحد فى دار النشر مسئولا عن تصميم الكتاب ، حتى ولو لم يكن ذلك أكثر من المشاورة مع الطباع، للتأكد من الموافقة ، من وجهة نظر الناشر ، على التصميم الذى يقترح الطباع الأخذ به .

على أن الشخص الذى يختار لهذا العمل يجب أن يكون ذا ذوق فنى بالإضافة أيضا الى الإلمام الكافى بصناعة الكتاب لكى يفهم ما هو ممكن التنفيذ ماديا . ومعظم مصممي الكتب المشهورين فى العالم ، كانت لهم صلة مباشرة بالطباعة - كهواية لمعنتهم الشخصية وأن لم تكن بطريقة مهنية - ومعظمهم أيضا لهم موهبة فى رسم الحروف .

يبد أن هذه المواهب الشخصية ليست لازمة ، اذا كان المصمم يعرف كيف يمكنه أن يستخدم مثل هذه المواهب فى غيره من الناس ، لتأريه .

وهدف المصمم هو هنصة الكتاب ، ليس فقط لكى يجعله جميل المنظر يسر من يراه ، ولكن أيضا لكى يجعل الكتاب يعرض أفكار المؤلف والرسام التوضيحي فى أوضح وأبين طريقة ممكنة .

ان اى كتاب يمكن أن يكون عملا فنيا من حيث شكله المادى ، والمصمم يمكن أن يكون فنانا خلّاقا فى المعنى الكامل للفنان المبدع ، مثل مصمم معبد أبى سمبل أو تاج محل سواء بسواء . وتعلما ، كما هو الشأن فى هذه الأعمال الفنية السامية أو اى عمل فنى آخر ، فان المطلب الأول هو ملائمة الشكل الفنى للغرض الذى من الغرض أن يحققه . ان الجمال أو الاناقة لن تكون المظهر المناسب لكتيب فى الهندسة ، كما أن « الفخامة » مظهر خاطيء بالنسبة لكتاب من الشعر الانتشادى .

ينبغى على المصمم أن يفهم فحوى الكتاب وغرضه قبل أن يقرر الشكل الذى يلبسه اياه .

والمصمم الذى يفكر فى الجبال الفنية فى حد ذاته فحسب ، دون النظر فى علاقة ذلك بنوع الكتاب الذى يتصدى له ، انما يبخس المؤلف حقه ، ويؤدى خدمة رديئة للمؤلف والقارئ والناشر أجمعين .

ولكن المصمم يفكر فيما هو أكثر من مجرد المظهر . فاذا أحسن عمله ، فهو خالٍ بأن يضع نصب عينيه دائما مسألة التكلفة ، ليس فقط من أجل الناشر الذى يستخدمه ، ولكن أيضا من أجل جمهور القراء .

فاذا كان محتوى الكتاب له جانبية طبيعية عند جمهور كبير من القراء ، ولكن المصمم يحدد طريقة للانتاج يترتب عليها أن يكون سعر البيع غالبا جدا بالنسبة للكافة ، فهو بذلك يخون الناشر والقارئ سواء بسواء .

ومن جهة أخرى ، كما رأينا فى الاحصاءات الواردة فى الفصل الثالث ، فثمة ضروب من نفقات تصنيع الكتاب لا تزيد بالنسبة للمليون نسخة عنها بالنسبة لنسخة واحدة ، ففى حين أن ثمة نفقات أخرى ( مثل سعر الورق ) تزيد زيادة مطردة مباشرة بالقياس الى النسخة .

ان المصمم الحصيف هو الذى يضع دائما نصب عينيه الفرق بين هذين النوعين من التكاليف .

وعلى هذا ينبغي أن تكون لدى المصمم حاسة اقتصادية نشر الكتاب ، بالإضافة الى حاسة التصميم الفني سواء بسواء . وينبغي له أيضا أن يعرف شيئا عن حجم النسخة التي رسمت خطتها ، وكيف سيباع الكتاب ، وكثيرا من العوامل التجارية الأخرى .

ويجب على المصمم أن يعتبر نفسه عضوا في فريق النشر ، وأن يسعى لأن يجعل عمله يسهم في نجاح مشروع نشر الكتاب برمته .

وليس من شك في أن ناشرا غنيا جدا فقط ، لا تهتم الأرباح مطلقا ، هو الذي في وسعه أن يدفع ثمن البذخ المسرف الذي يتطلبه مصمم كتب لا يعنيه سوى لذته الشخصية الفنية البحتة ، دون التفكير في مصلحة المؤلف والقارئ والناشر .

وموجز القول فإن المصمم ، في تصميمه لأي كتاب ، إنما يحاول أن يوازن في عقله كل هذه العوامل ( وبعضها طبعا تتصادم مع البعض ) : ملائمة التصميم لموضوع الكتاب ، الجاذبية الفنية ، الوضوح والإبانة للقارئ ، الاقتصاد من وجهة نظر القارئ والمشتري في نهاية الامر ، الامكان العلمى من وجهة نظر الطابع . وبالحال من مهمة تنوء بها العصابة اولو القوة .

فلا عجب أن نفرا من مصممي الكتب الكبار في العالم الحديث ، طبقت شهرتهم الافاق ونالوا كل تمجيد وتكريم وحظوا بالاحترام والتشريف ، في مهنة نشر الكتب ، وبين خبراء فنون الرسم والتصوير والكتابة ، أكثر من رؤساء دور النشر أو مديري مؤسسات الطباعة التي يعملون لها .

ولا جناح علينا من القول بأن من المستحيل ، طبعا ، في هذا الكتاب الذي يعالج بإيجاز كل النواحي الرئيسية لنشر الكتاب ، أن نقدم وصفا كاملا لعمل المصمم ، ناهيك عن التصدي لمسألة توجيهه بالنسبة لكيفية أدائها .

ولكننا سننمس مساهمات خفيفة بعض المشكلات الرئيسية التي يتعين على المصمم أن يعالجها ، فيما يلي :

## تقدير حجم الكتاب

ان الخطوة العملية الاولى فى تصميم الكتاب هى معرفة مدى حجمه بالنسبة للهدف المنشود . وهذا امر شبيه بالاسئلة الاولى التى يطرحها مهندس معمارى على أحد زبائنه ، كم عدد الغرف التى تريدها فى البيت ؟ ما حجم كل غرفة من حيث الطول والعرض والارتفاع ؟ وهلم جرا .

وعندما يعرف المهندس هذه المطالب الحتمية ، نفى وسعه أن يفكر فى التصميمات المتعددة ذات الجاذبيات المختلفة ومستويات التكاليف المختلفة فى كل حالة على حدة .

وكذلك الأمر فى حالة الكتاب ، فان المصمم يريد أن يعرف أولا المطالب الحتمية بالنسبة لعدد الحروف فى المخطوط ، ثم بعد ذلك يستطيع النظر فى امر التصميمات المختلفة ، هل يستعمل بنطا صغيرا أم كبيرا ، صفحات صغيرة أم كبيرة ، هوامش ضيقة أم واسعة ، مسافات بين السطور بعيدة أم قريبة ، وهكذا .

وأحدى طرق تقدير ذلك هو عد الكلمات فى المخطوط ، ولكنها طريقة مبددة للوقت وليست مضمونة الصحة على أية حال .

ان متوسط عدد الحروف بالكلمة يتفاوت تفاوتا كبيرا فى الكتابة عن الموضوعات المختلفة وبين مختلف الكتاب الذين يستعملون أساليب مختلفة ، حتى عندما يكتبون عن نفس الموضوع .

وأبسط طرق تقدير الحجم هو اختيار صفحة تبدو وكأنها تمثل ، عموما ، المتوسط تقريبا ، للمخطوط برمته ، ثم حساب عدد (الحروف والمسافات) على تلك الصفحة ، ثم ضرب العدد فى عدد صفحات المخطوط .

وهذا النوع من العد ، أسهل طبعا اذا كان المخطوط منسوخا بالآلة الكاتبة . ولكن كثيرا من المخطوطات المكتوبة يخط اليد يمكن أن تعامل بنفس الطريقة ، خصوصا فى اللغات الاسيوية حيث يسود تقليد حسن وجمال واثقة اليد .

فإذا كان ثمة تفاوت كبير ، فمن الممكن عادة اختيار ما يمكنك أن تسميه صفحة نمطية ، ثم بعد ذلك تتصفح صفحات المخطوط تباعا ، وتحدد لكل منها مقدارا على أساس نسبة مئوية بطريقة الكسور بالقياس الى الصفحة النمطية .  
وعلى أية حال ، فالمصمم يبدأ بعد الحروف مبينا عدد الحروف والمسافات في المخطوط .

ثم بعد ذلك ، مستعينا بجداول وقوائم جمعها من قبل أو يستطيع الحصول عليها مطبوعة وعليها معظم الأشكال الرئيسية لحروف الطباعة في العالم، فإنه يعرف كم من الحروف سوف تتضمنها صفحة واحدة من كتاب مطبوع وفقا للتصميم الذي يريد استعماله .

وبقسمة هذا العدد على عدد حروف المخطوط ككل ، يتضح له كم عدد الصفحات المطلوبة في الكتاب المطبوع بالنسبة للمخطوط الاساسي .

ثم يضيف الى ذلك نسبة معينة لأي رسوم أو إيضاحات أو بيانات أو جداول، وصفحة العنوان وغيرها من الصفحات اللازمة في صدر الكتاب ، والفهرس ، وغيرها من الصفحات المراد إلحاقها بآخر الكتاب ، الخ . وكذلك أنصاف الصفحات الخالية التي لا مفر من خسارتها في المتوسط ، في نهاية الفصول .

ونحن نهتم كل هذا الاهتمام بمسألة تقدير الحجم لأنها مسألة أساسية جدا بالنسبة لكل شيء آخر في التنفيذ المادي للكتاب ، ليس فقط المعنى الفني ، ولكن بالنسبة للاقتصاد والعمل التجاري أيضا .

إن سعر جمع الحروف وصفها يتوقف الى أكبر حد على عدد الحروف والمسافات ، وهو لا يختلف اختلافا بيّنا ، سواء أكان البنت الصغير مستعملا في عدد صغير من الصفحات أم البنت الكبير مستعملا في عدد كبير من الصفحات .

بيد أن ثمن تكاليف الورق ، وأعمال الطباعة ( عمل المطبعة في وضع الحبر على الورق ) تكاد ترتبط ارتباطا مباشرا بعدد الصفحات : على سبيل المثال أعمال الطباعة والورق لكتاب عدد صفحاته ٣٢٠ ، عادة يتكلف تمامها ضعف تكلفة كتاب عدد صفحاته ١٦٠ .



## عمل التصميم الاساسى

اذا فكرنا فقط فى الجاذبية والموافقة بالنسبة للقارئ ، فان المصمم قد يصمم كتابا مميّنا بطريقة تتطلب ٣٢٠ صفحة ، ولكن اذا فكرنا فى الاقتصاد وسعر البيع المنخفض ، فقد يرى أنه باستعمال بنط أصغر ، وسطور أطول ومسافات أقل بين السطور ، فان فى وسعه أن يضغط كل شيء فى حيز ١٦٠ صفحة . بيد أنه فى نفس الوقت يدرك أن حشو كل شيء الى درجة المكثّة فى حيز قليل انها هو ضرب من الاقتصاد الزائف ، ومن ثم فهو قمين بأن ينتهى الى حل وسط بين هذين الرأيين المتطرفين .

على أن اعظم عطية يهديها المصمم للجمهور هى عندما يتخذ سبيلا ، بكل براعة وحذق ، يهديه الى عرض واضح جذاب سلس القراءة لمادة الكتاب بأقل كلفة ممكنة للنائر ، ومن ثم ، فى المدى الطويل ، بأقل سعر ممكن لمشتري الكتاب ايضا .

وتصميم الكتاب عملية متكاملة ، ولا يمكن اعتبار أى جزء واحد منها ، قائما بذاته .

ولقد اعتدنا مثلا ، قراءة حروف طباعة صغيرة جدا فى الصحف اليومية ، ونحن نقرؤها بسهولة لأن السطور قصيرة ، ولكن حروف طباعة من نفس الحجم فى صفحة كتاب من القطع المتوسط ، خليفة بأن تبدو وكأنها لا تكاد تقرأ .

ومن ثم فان مصمم الكتاب لا يفكر أبدا فى حجم حروف الطبع بعد ذاتها وانما دائما ، مرتبطة بعوامل أخرى . والأجزاء الأربعة التى يتألف منها تقرير نموذج الطباعة : نوع الحرف ، حجم الحرف ، طول السطر ، المسافة بين السطور ، لها تأثير فى قرار آخر له أهميته وخطره ، ألا وهو تصميم الصفحة المطبوعة .

وهذا يتضمن تحديد سعة الهوامش فى أعلى وأسفل وجانبى الصفحة ووضع أرقام الصفحات ( اذا استعملت ) و « الرعوس الجارية » على حد تعبير أهل المهنة ، وهى وضع عنوان الفصل على كل صفحة .

## العمل الفني

إذا كان بالكتاب رسوم توضيحية أو خرائط أو جداول أو قوائم ، فإن ذلك يفرض على المصمم سلسلة كاملة من المشكلات الإضافية .

وقد لا تتطلب الجداول الا تعليمات لجامع الحروف بالنسبة للبنط وكيفية تنظيحه .

وإذا كان المخطوط مزودا فعلا بالرسوم التوضيحية التي قرر الناشر استعمالها ، فقد تقتصر القرارات على طريقة الطبع والوضع في الكتاب ، كما سنبين ذلك في السياق اللاحق .

ولكن ، كما يحدث غالبا ، إذا كان ثمة رسوم أو خرائط لابد من اعدادها — أو اعادة عملها لانها لم تكن متقنة بشكلها الراهن — فإن المصمم يجد نفسه مضطرا لاداء عمل اضافي ، وهو استئجار فنانين ، ما لم تكن مواهبه من المقدرة بحيث يتسنى له أن يؤدي العمل بنفسه .

وعلى أية حال فلزام عليه أن يشرف على تنفيذ هذا العمل الفني لكي يجعله يتوافق مع خطته لبقية الكتاب .

## صفحة العنوان ورسم الغلاف

لعل أهم جزء من تصميم الكتاب يحظى بأوفى قسط من اهتمام وشغف معظم المصممين . ويستدعى مواهبهم الخلاقة الى أعظم درجة ، هو ما يسمى « وحدات العرض » مثل صفحة العنوان ، ورسم الغلاف ، والصفحة الاولى في مستهل كل فصل من فصول الكتاب .

ورسم الغلاف ، وجزء من صفحة العنوان ، على الاقل ، قد تتضمن كتابة باليد أو بنطا غير عادي لا يستعمل عادة في المتن الرئيسي للكتاب .

فمثلا ، مصمم حديث لكتاب في اللغة الانجليزية قد يستعمل حروفا على أساس الشكل الاليزابيثي الذي لا يستعمل أبدا اليوم بالطريقة المعتادة .

أو قد يستعمل مصمم عربى الخط الكوفي على سبيل العرض الجمالى ، أو قد يستعمل أحد المصممين الأفريقيين الحروف المزينة التى توحى بالثقافة الشعبية الأفريقى . أو قد يصطنع مصمم آسيوى اقتباسا جديدا من أشكال قديمة من السانسكرىتية أو البالى ، أو قد يفيد ناشر من أمريكا اللاتينية من الرسوم الخاصة بفن الإنكا أو فن الأزتك .

بيد أنه ليس من الضرورى اللجوء دائما الى مثل هذه الموارد غير المعتادة ، بل انها لتكون أحيانا ضارة اذا أدت الى التضحية بالعرض الواضح فى سبيل نزوة المصمم .

إن مطلب العرض الأخاذ المناسب ، يمكن أن يلبي على يد مصمم قدير باستعمال حروف طباعة عادية أو كتابة عادية بطريقة جذابة ومبتكرة .

إن التحدى فى تصميم غلاف كتاب ( سواء أكان غلafa ورقيا مطبوعا ، أم غطاء مطبوعا - يسمى «رداء» يخلق به التجليد النسيجي للكتاب ) هو خلق عمل فنى يجمع بين الذوق الفنى واليسر الاقتصادى سواء بسواء . والمحك الاقتصادى لتصميم غلاف ليس مجرد ثمن طبعه وانما فعاليتها « كمروج » للكتاب .

ومهما يبلغ خط غلاف أى كتب من التصميم الفنى كعمل فنى فى حد ذاته ، فهو خليق ألا يناسب الكتاب ما لم ينطق على الفور بماهية الكتاب ، وما لم يجعلك تريد التقاطه عندما تراه معروضا فى محل بيع الكتب .

وينبغى أن تكون كل الكتب قادرة على بيع نفسها بنفسها فى هذا المعنى ، ولكن ذلك هام على الأخص بالنسبة لكتب الإنتاج الكبير ، لانها معروضة للبيع فى أماكن كثيرة غير محال بيع الكتب ، ولا يصاحبها موظفون يتحدثون عنها .

إن تصميم الغلاف ، من الممكن أن يكون أهم عنصر فى تقرير مستقبل نجاح كتاب ما فى التوزيع الجمعى على أوسع نطاق متاح .

## اختيار العتاد والمواد

ان مشكلة المصمم في اختيار العتاد والمواد تختلف باختلاف البلد الذي يعمل فيه . ففى بلد زاهر بمؤسسات الطباعة ، وعنده أنواع مختلفة من العتاد ، ومن المتيسر له الحصول على أى نوع مرغوب من الورق أو غيره من مواد صناعة الكتاب ، فان مشكلة المصمم في الاختيار تختلف تماما عن مشكلته في بلد لا تتوفر فيه المواد بسخاء أو بوفرة .

ففى هذه الحالة ، مثلا ، في دولة أوروبية ، فان المصمم يقرر ، فحسب ، أحسن المطلوب للكتاب ، ويدون هذه المواصفات المعينة ، وهو يعلم أن طابعا ما ، أو صاحب محل للمواد ، في وسعه أن يزوده بها يريد . ولكن في بلد يعاني من نقص في هذه المواد أولا تتوافر فيه لسبب ما كما هو الشأن طبعا في كثير من الدول النامية - يكون الامر على العكس . فالمصمم يعرف أو يستطيع أن يعرف بسهولة ما هو موجود ، وفي حدود ذلك ، يقتصر في اختياره على تلك الامكانيات .

وثمة عناصر أخرى ، طبعا ، للاختيار ، تتعلق بكيفية المهارة العملية للطابع ، ونزاهته ، وإخلاصه في المحافظة على المواعيد — وطبعا الاسعار التي يطلبها .

وثمة عوامل اقتصادية أخرى مثل مقدار المبلغ الفوري الذي يحتاج اليه الطابع مقدما ، وهل يقبل تخفيض أجر الاستيداع بالنسبة للناشر ، يجعل التخزين مجانا بالنسبة لبعض كميات الكتب بعد طبعها ، وهلم جرا .

صحيح أن بعض هذه المسائل لا تعنى المصمم بصفة مباشرة ، ولكنها كلها لها أهميتها عند دار النشر ككل ، ومن ثم فان رغبات المصمم قد تضطر الى الخضوع لاعتبارات أخرى . فمثلا قد يفكر المصمم في عملية طباعة معينة ، العتاد الوحيد المناسب لها في البلد هو دار للطبع يملكها طابع حظه ضئيل من النزاهة في العمل لدرجة أن الناشر قرر أنه لا يستطيع أن يعمل معه .

في هذه الحالة يتعين على المصمم أن يصمم الكتاب بطريقة أخرى .

وكذلك ، قد يكون المصمم ارتأى استعمال نوع معين من الورق من المعروف انه موجود فى البلد ، ولكن صاحب ذلك الورق ، منتهزا فرصة احتكاره ، يحاول استغلال الموقف ويتعنت مع الناشر بطلب أسعار غير معقولة .

فى هذه الحالة ، يتعين على المصمم أن يعدل فكرته مراعاة لمقتضى الحال .  
لهذه الاسباب فان عمل المصمم أصعب بكثير فى الدول النامية ، مما هو فى الدول ذات الوفرة فى العتاد والمواد . ولكن هذه الصعوبة ، ولهذا السبب بالذات ، تفرض على عمله مزيدا من التحدى والمناهضة ، وهى ثمينة بأن تكون أكثر ارضاء واثوى غبطة لمن يفلح فى احراز أحسن النتائج بأقل الامكانيات .  
ان عمل كتاب جميل على ، على الرغم من ضيق مجال الاختيار بالنسبة لعمليات الطبع والمواد ، انها هو انجاز أعظم مما لو كان كل شئ مرغوب أو مطلوب ، موجودا حالا ومباشرة .

على أنه فى وسع المصمم أن يسهم اسهاما عظيما ، ليس فقط فى مستقبل عمله الذاتى ، ولكن أيضا فى النهوض بالمستويات الخاصة بفنون الرسم والتصوير والكتابة والزخرفة فى بلده ، بالتشاور الدائم مع رئيس دار النشر التى يعمل معها ، ومع الطباعين وباتعى المواد الذين يتعامل معهم ، بشأن التحسينات المرجوة للمستقبل .

ان الطباع الذى يعرج على عتاد عتيق ، قد يمكن اقناعه بالتجديد وادخال الأجهزة الحديثة على النحو المفيد للناشرين ، اذا عرف أن نتيجة ذلك هو رواج فى عمله ومزيد فى انتاجه .

وكذلك الأمر بالقىاس الى تاجر الورق ، فهو خليك بأن يزود بضاعته بأنواع من الورق أكثر مناسبة لوجهة نظر الناشر اذا عرف أن ثمة سوقا لبضاعته .

وسنعود فى الفصل التالى الى مسألة عمليات الطبع والمواد . ولكن من المجدى فى هذا السياق أن نذكر بعض الطرق التى ترتبط بها تلك المسائل بعمل المصمم .

## عمليات الطباعة

ان ضروب الاختيار التى يتعين على المصمم البت فيها تشمل :

نوع الصف : أى جمع الحروف فى الطباعة •

نوع الطبع : أى وضع الحبر على الورق •

نوع الورق •

نوع التجليد •

وسوف نتناول هذه الأمور بمزيد من التفصيل فى الفصل التالى . فأما القارئ الذى لم يسبق له الاثام بعمليات الطباعة ، فينبغى ألا ينزعج اذا لم يفهم ، فى هذا السياق الراهن الفروق والاختلافات بين العمليات •

والنقطة الهامة هى أن المصمم عليه أن يختار من بين أبدال متاحة فى كل مسألة على حدة ، وأن يبت فى هذا الاختيار فى كل كتاب على حدة ، وهذا أمر يتوقف على المشكلات العملية التى يفرضها كل كتاب على حدة •

**الصف ( جمع الحروف فى الطباعة ) :** ان الاختيار الذى يؤثر فى المرحلة الأولى من عملية الطبع هى طريقة صف الحروف أو تنظيم الحروف المزمع طبعا •

ويمكن استعمال إحدى الطرق الآلية أو الفوتوغرافية أو اليدوية أو (فى حالة الطبع بطريقة الأوفست) (✱) بالنسخ على الآلة الكاتبة أو برسم الكلمات بخط اليد •

ونوع المادة فى الكتاب يحدث فرقا كبيرا فى هذا القرار . فمثلا ، بالنسبة للطرق الآلية ، فان طريقة اللينوتيب أو الأنترتيب تعتبر أرخص لمادة القراءة المستقيمة ، من المونوتيب ، ولكن فى حالة انواع خاصة من الإنشاء ( مثلا اذا

---

(✱) offset وهى طريقة البارز الرادة المعروفة عند الصناع مد رد . ( المترجم )

كان ثمة كلمات من حروف طبع خطية مختلفة، ولتكن الإنجليزية واللسان الهندى موجودة على نفس السطر ، أو إذا كان بالكتاب معادلات كيموية أو جداول كثيرة أو فى حالة الاستعمال الكامل للحروف المتحركة فى اللغة العربية ) فإن المونتيتب خلىق بأن يكون أرخص وكذلك أحسن .

والصف بطريقة جمع الحروف باليد قد يكون أفضل اقتصاديا فى المراحل النامية من تطور صناعة الطباعة ، كما هو مقترح فى الفصل التالى ، ولكن بالإضافة الى ذلك فثمة إمكانات للتحسين والتجويد فى طريقة الصف باليد لم تبلغ بعد ، وفى كثير من الحروف الخطية وكذلك فى طريقة الجمع الإلى .

ومن الحكمة بالنسبة للمكث الذى تطبع بكيات قليلة وبأسعار منخفضة، فى البلاد التى توجد بها أشكال رخيصة من الطباعة بالافست ، أن يتجه التفكير الى الانشاء بالنسخ على الآلة الكاتبة أو بخط اليد دون استعمال حروف الطباعة بناتا ، بالنسبة لأنواع كثيرة من الكتب .

وبهذه المناسبة ، فإن المصمم الذكى لا يتردد فى الجمع بين أكثر من طريقة إذا كان ثمة سبب وجيه يدعو الى ذلك .

فإذا كان الكتاب يحتوى عددا قليلا من المعادلات ، فقد يقرر انشاء معظم المتن بالليوتيتب ولكنه يستعمل الخط اليدوى أو المونتيتب للمعادلات .

**الطبع (وضع الحبر على الورق) (✽) :** إذا كان الكتاب خاليا من الرسوم التوضيحية فإن طريقة الطبع – وضع الحبر على الورق – يمكن أن تقرر على الأساس البسيط للكلفة والجودة والعتاد الموجود .

---

(✽) كلمة الطباعة لها معنيان : فالناس الذين هم خارج صناعة الكتب يستعملونها لضمي كل عملية الانشاء ووضع الحبر على الورق والتجليد ، ولكن فى كثير من الدول فإن أهل المهنة يستعملون كلمة الطباعة لى معنى عملية الطبع فقط ، أى وضع الحبر على الورق . وفى هذا الكتاب نحن نقول مادة عملية الطبع فى هذا المعنى الآخر المحدود ، فى حين نستعمل «الطباعة» عندما نشير الى صناعة الطباعة ككل .

وكما هو موضح في الفصل التالي ، فإن حجم الطبعة ( عدد النسخ التي تطبع ) قد يكون هاما في اتخاذ القرار بالنسبة للطريقة ونوع العتاد الذي يستخدم . ولكن إذا كان ثمة رسوم إيضاحية في الكتاب ، فعندئذ يلزم تخطيط دقيق بالنسبة لطريقة الطبع ونوع الورق .

وفي هذا الأمر بالذات — عندما يعالج المصمم الرسوم الإيضاحية ، فإنه من المرجح جدا أن يجنح الى الجمع بين أكثر من طريقة في الطبع . فقد يستعمل أحسن وأرخص شكل من أشكال الطبع بالنسبة للمتن ذاته ، ولكنه يستعمل طريقة أخرى أغلى ولكنها أحسن بكثير للرسوم الإيضاحية — للطبع المنفصل لهذه الرسوم .

وكما تتضمن هذه العبارة الأخيرة فإن وضع الرسوم الإيضاحية في الكتاب لابد أن يتقرر كجزء من مسألة أى نوع من الطبع يستعمل . فإذا كان من المناسب جمع كل الرسوم الإيضاحية أو البيانات التوضيحية في طائفة قليلة من الأقسام ، أو وضع صفحات منفصلة منها بين صفحات المتن ، فعندئذ من الممكن طباعة الرسوم التوضيحية منفصلة . ولكن إذا كان من اللازم نشر الرسوم التوضيحية أو ما شاكلها خلال الكتاب برمته على صفحات المتن نفسها ، إذن فلا بد من اتخاذ قرار آخر .

وثمة جزء آخر من مشكلة الطبع وهو مسألة الألوان الإضافية ، الى جانب اللون الاسود في الطباعة .

وهنا أيضا ، يوازن المصمم الرأي : هل من الممكن ترتيب الصفحات بحيث تنحصر الألوان الإضافية في بعض الصفحات ، ومن ثم فلا يتحتم وضع كل الملزم في المطبعة مرات إضافية .

وفي البلاد المزودة بمطابع قادرة على طبع لونين أو أكثر مرة واحدة ، فإن استعمال مثل هذا العتاد لابد أن يطرأ ، بطبيعة الحال ، على ذهن المصمم ، إذا كانت الطبعة الواحدة من الكتاب ذات عدد كبير من النسخ يسوغ استعماله .



**الورق :** ان اختيار الورق يتوقف جزئيا على طريقة الطبع التى استقر الرأى عليها .

وبصرف النظر عن مسائل جودة الورق من حيث الكيف ، فثمة انواع من الورق تناسب بعض انواع من الطبع ولا تناسب انواعا أخرى ، كما سنبين ذلك فى الفصل التالى .

بيد أنه مما يستحق الذكر هنا ، أنه لا عذر لمصمم أن يضع خطة كتاب على أساس نوع معين من الطبع ما لم يتأكد أن الورق اللازم لذلك النوع المعين من الطبع موجود بالتأكيد .

وفى وسع الناشرين أن يشجعوا تجار الورق على تخزين انواع معينة من الورق سوف تلزم لكتبهم . أو ، كما سنذكر فيما بعد ، قد يكون من المصاد والمصواب أن يشتري الناشر مباشرة من صناع الورق الذى يستطيعون صناعته حسب الطلب . فاذا آثروا ذلك ، فإن المصمم القادر على تخطيط برنامجة مقدما ، يستطيع أن يتخذ التدابير لدار النشر التى يعمل لها لكى تحصل على مؤونة أو حصة من الورق من نفس النوع بالضبط المطلوب للكتب الآتية فى المستقبل القريب .

**التجليد :** ان المسألة الرئيسية بالنسبة للتجليد - وهل يكون الغلاف من القماش أم الورق - بيت فيها عادة على أساس تجارية . والمصمم يتبع أى الطريقتين التى بيت فى أمرها لأسباب خاصة بكلفة الصناعة ، وسعر البيع وما شابه ذلك .

فاذا تقرر أن يجلد الكتاب بالقماش ، وإذا كان المصمم يعمل فى بلد فيها مجال للاختيار من ابدال متلحة ، فإن أمامه عددا من القرارات التى يتخذها . وهذه القرارات تشمل اختيار القماش وتحديد لون ونوع الحبر أو التفريغ الزخرفى الورقى ، وسمعة وسمك كرتون التجليد ، ونوع الفراء أو غيره من مواد اللصق المراد استعمالها وكيفية حياكة الكتاب ، وأى نوع من السند الذى يمسك بالكتاب فى التجليد وغيرها وغيرها من التفاصيل .

وفي بعض البلاد النامية طبعاً ، فإن هذه الأنواع من الاختيار ليست متاحة للمصمم ، وإنما يأخذ فحسب ، أحسن ما عند الطباع . ولكن حتى في ظل تلك الظروف ، فإن انتباه المصمم وعنانيته يكتفية أداء العمل ، خليفة بأن تحدثفرقا كبيرا في مظهر الكتاب وشكله في نهاية المطاف .

لذا تقرر أن يكون للكتاب غلاف ورقى ، وعلى الأخص إذا كان الكتاب للتوزيع الجمعى الكبير بحيث يكون السعر المنخفض والتجليد المتين والمظهر الجذاب كلها هامة ، فإن المصمم يعطى اهتماما دقيقا بعملية التجليد الأساسية .

وأنه لمن الخسارة والكلفة التى لا لزوم لها ، أن تستعمل نفس طريقة التجليد الرخيص نسبيا للكتب ذات الغلاف الورقى ، ولطبع ولصق المجلد .

وأنه لمن الخسارة والكلفة التى لا لزوم لها، أن تستعمل نفس طريقة التجليد التى تستعمل مع كتاب يغلاف من القماش ، لكتاب يغلاف من الورق .

وفي السنوات الأخيرة نشأ عدد من طرق التجليد الفعالة التى تمثل حلاً وسطاً بين الكلفة العالية للتجليد النمطى بالقماش وبين التجليد بالورق الذى لا يتحمل طويلاً .

وهذه الطرق جذابة بصفة خاصة لأنواع معينة من الكتب مثل الكتب الدراسية التى ينبغي أن تكون أثباتها زهيدة ، ومع ذلك ، بسبب محنة كثرة التداول والاستعمال التى تلاقىها على يد الطلاب ، تحتاج الى غلاف أمتن من الغلاف الورقى الهش الذى سرعان ما يمتورده العطب .

### نحو تصميم أحسن

من بين الأمور التى فى وسع المصمم أن يؤديها لى يحسن عمله ويرفع مستواه ، فئمة أمران على أعظم جانب من الأهمية :

١ - أن يلم بكل شيء ، ما استطاع الى ذلك سبيلاً ، عن عمليات الطباعة

وخصوصا الطرائق الجديدة التى يدخلها الطباعون المحليون ، فون أن يتحتم عليه بالضرورة معرفة كل الطرق التى يمكن بها استعمالها فى إنتاج الكتب .  
ب - أن يلاحظ نماذج وأمثلة من فنون الرسم والتصوير من مصادر كثيرة بقدر الامكان يستقى منها مددا وخبرة ودراية متعددة للروافد .

أما المصممون كطائفة ، أو أهل مهنة صناعة الكتب فى بلد من البلاد ، ففى وسعهم أن يسهموا فى تحسين التصميم عن طريق الدراسة المشتركة المتعاونة للمشكلات العامة ، وعن طريق التقدير العام لضروب التصميم الجيدة أو الاستعمالات المبتكرة البارعة لعمليات الطباعة .

وحتى اذا لم يكن عدد كاف من مصممي الكتب فى بلد معين ، ممن يعملون على أساس طول الوقت ، بحيث يسوغون ايجاد اتحاد مهنى ، فلا يزال من الممكن تنظيم جماعات غير رسمية للدراسة المشتركة للمشكلات التى تعنيهم .

ومهما تكن صناعة الكتب فى أى بلد بعيدة من التطور أو النمو الكامل المرغوب فيه ، فلا يعتبر أبدا من قبيل قيل الاوان بدء خطة اقلية معارض سنوية ومنح جوائز سنوية لأحسن الكتب المنتجة .

وفى أمريكا فان عمل المعهد الأمريكى لفنون الرسم والتصوير ، بمعرضه السنوى الشهير الموسوم بـ « الخمسين كتابا فى السنة الحالية » ، كان قوة رئيسية فى تحسين صناعة الكتاب . وثمة معارض مماثلة تقام فى أوروبا وأمريكا اللاتينية وكثير من الدول الآسيوية والجمهورية العربية المتحدة ، ولها نفس النتائج المثمرة .

ان الرسالة الرئيسية لمثل هذه المعارض ، والمآرب الرئيسى من انقامتها ، ومشاهدة إنتاج الكتب فى العالم كله ، انما تومىء الى حقيقة هامة ، وهى ان الكتاب الفعلى الثمن ليس اوتوماتيكيا كتابا جميلا .

فاذا عبرنا عن ذلك بطريقة عكسية ، فان الاتجاز العظيم حقا لمصمم الكتاب ، هو أن يحوله الى عمل فنى يسر ويمتع كل انسلان يشاهده ويمسك به ، فون أن يزيد من ميزانية شحيحة رصحت لإنتاج الكتاب .

## الفصل السابع

# إنتاج الكتاب : الطبع والتجليد

كنا حتى الآن — نتحدث عن أشياء يقوم بها أصلا ، موظفون في دار النشر ، يعملون على تحضير وتحرير المخطوطات ، وتصميم الكتب . أما من الآن فصاعدا ، فسوف نتحدث عن أشياء يدخل معظمها في اختصاص أناس آخرين أو منشآت أخرى ، رغم أن هذه الأعمال تتم تحت إشراف الناشر ، وعن طريق نوع من العلاقة العملية بين الطرفين .

والمثل الأول لمثل هذه الأعمال ، هو عمل الطابع الذي يتسلم المخطوطة ويحولها إلى كتاب مطبوع ، بعد اتباع تعليمات مصمم الكتاب .

والطبع صناعة منفصلة عن النشر ، وقد تملك دور النشر مطابعها الخاصة بها ، كما أن بعض المطابع قد تملك دورا لنشر الكتب . ولكن هذا لن يزيل تميز كل منهما عن الأخرى كما أوضحنا في الفصل الثاني .

والطابع رجل صناعة أو صانع . أنه يستخدم الآلة والمادة الخام لينتج هذا الشيء المادى المعجز الذى نسميه الكتاب . وهو كرجل مختص بالطبع ، لن يهمه — ولو من الناحية النظرية على الأقل — ماذا يتضمنه الكتاب من أقوال ، ولا من الذى يهمه أن يشتري هذا الكتاب . وما لم يقلص عمله الناشر ، فإنه سيتقاضى أجره عن طبع الكتاب ، سواء بيعت نسخه ، أم لم تبع نسخة واحدة منها .

ولكن الطابع المستدير يهيمه بطبيعة الحال أن ينجح عمله الناشر فى بيع الكتب التى يطبعها ، لأن نجاحه هذا سيقمه إلى التعامل مع الطابع فى المستقبل : كما

أن الناشر يهمل أن يزدهر عمل الطابع الذى يتعامل معه ، لأن ازدهار مسيدفعه الى تجديد آلاته وتحسين الخدمة التى يؤديها .

وهكذا نجد الناشر والطابع حليفين فى جهد مشترك - هو انتاج كتب أفضل بأسعار أقل ، وتوزيع هذه الكتب على اوسع نطاق ، ليتحقق الربح لكليهما . ولهذا ينبغى لكل منهما أن يفهم مشاكل الآخر وأهدافه .

والطابع من الناحية التكنولوجية - هو أعقد وأصعب فرع من فروع صناعة الكتاب . ولا يمكن التفوق فى الطبع الا بعد ممارسة هذه الصناعة سنوات ، ولا يمكن للناشر الذى يعمل من مكتبه خارج صناعة الطبع ، أن يتوقع لنفسه تفهما ودراية بهذه الصناعة تماثل ما لدى الطابع الحقيقى منها .

صحيح أن الناشر يعرف ماذا يريد من الطابع أن يفعل وكيف تكون صورة الكتب الذى يريد طبعه ، وماذا يمكن أن يدفعه مقابل الطبع . وعليه بالضرورة أن يلم بمصليات الطبع والتجليد وأن يعرف شيئا عما هو ممكن أو غير ممكن فى ميدان المطبعة التى يتعامل معها . وكلما زادت معرفته بذلك ، زادت قدرته على حيلة نفسه من الطابعين المهملين أو غير الأمناء .

وحتى اذا كان الطابع على اكبر قدر من الأمانة والشرف وحسن المعاملة، فلن الناشر الذى يلم جيدا بصناعة الطبع ، يستطيع أن يجنى قدرا اكبر من الفائدة فى تعامله معه ، لقيام نوع من التعاون الذى بينهما .

وهذا التعاون بين الطرفين لازم فى أية دولة من الدول ، ولكنه الزم فى الدول النامية منه فى الدول التى قطعت صناعة الكتاب فيها شوطا كبيرا من التقدم والرقى . ان دول آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية ، تقف الآن على باب تقدم فى صناعة النشر لم يشهد العالم مثيلا له من قبل ، فى تاريخه كله . والمفتاح لهذا التطور الهائل الرائع المنتظر هو التعاون الوثيق بين الطابع والناشر فى سبيل انتاج كبير وتوزيع واسع للمكتب فى سوق جديدة كبرى تنفتح أمامها .

وان الغرض من كتابة هذا الفصل ، هو بيان العناصر الاساسية في صناعة الكتاب ، تلك العناصر التى يجب على الناشر أن يعرف عنها شيئاً ، ولو خطوطها العريضة ، رغم أنها من اختصاص الطابع المتخصص .

وهناك ثلاث عمليات رئيسية في صنع الكتاب :

١ — **الجمع**: وهو عملية رص الحروف، سواء منها الحروف المعدنية أو غيرها لتكون معدة لطبعها على الورق . وتشمل كلمة « الجمع » بشكل عام توضيب الصور والرسوم التى ستطبع مع الحروف .

٢ — **الطبع** : وهو عملية وضع الحبر على الورق باستخدام آلة تضغط الحروف المجموعة أو ما يحل محلها على الورق المعد للطبع .

٣ — **التجليد**: وهو عملية تطبيق الصفحات بعد طبعمها، وجمعها ورقة بجانب أخرى فى نظام سليم ، ثم الربط بينها بطريقة ما لتصبح فى شكل كتاب .

وهناك عشرات وعشرات من العمليات الخاصة التى يتضمنها كل فرع من هذه الفروع الأصلية ، ولكن جميع العمليات التى تمر بها صناعة الكتاب ، تندرج بشكل ما تحت فرع من هذه الفروع الثلاثة . وليس من الواقعية فى شيء — كما ذكرنا من قبل — أن يتعلم المرء صناعة الكتاب من قراءة كتاب فى هذا الموضوع ومع ذلك فإن التعليق الوجيز على كل قسم من هذه الأقسام الثلاثة، قد يساعد الناشر المبتدىء على ادراك العلاقة بينها . ولعل هذا التعليق يكون مرشداً نافعا للاستزادة من دراسة هذا الموضوع ومعالجته .

## أولاً — الجمع

بالرغم من أن أوروبا يدعى جوتنبرج يعتبر عادة مخترع الطباعة فإن حروف المطبعة اخترعت فى الصين قبل جوتنبرج بزمان طويل . كما أن الاختراع الكورى **للحروف المتحركة** كان أعظم تقدم فنى فى الطباعة ادخل عليها حتى القرن التاسع عشر .

وسوف نرى فيما يلى أن هناك بعض الطرق لاعداد الكلمات للطبع دون استخدام طرق جمع الحروف ، ولكن جمع الحروف مازال الطريقة السائدة والأكثر انتشارا ، سواء أكلن الطبع مباشرة من الحروف نفسها ، أم بوسائل وعمليات اضافية أخرى - وفيما يلى بعض الطرق المختلفة لجمع الحروف :

١ - **الجمع اليدوى** : أن الجمع اليدوى للحروف هو أرخص طرق الجمع فى معظم البلاد النامية . ومن الأيسر أن تدرب عاملا على الجمع اليدوى من أن تدرب عاملا على تشغيل آلة جمع ميكانيكية معقدة . كذلك يستطيع العامل اليدوى الماهر أن يحقق قسما من الدقة والجمال فى جمع الحروف ، لا تستطيع أن تدركه الآلة بأى حال . كما أن المطبعة التى تستخدم الجمع اليدوى تستطيع أن تزيد انتاجها بزيادة عدد عمال الجمع وشراء مزيد من الحروف بدلا من تخصيص جانب ضخم من رأس المال لشراء آلات جمع ميكانيكية غالية الثمن .

لما مساوىء الجمع اليدوى فتنضم البطء فى العمل وتكاليف الاحتفاظ بمجموعات كثيرة من الحروف المختلفة الأحجام والأشكال ورداءة الطبع الناتجة عن تآكل الحروف من كثرة الاستعمال .

وكتت حروف الجمع اليدوى فى الماضى تصنع دائما فى « المسبك » ليعاد استعمالها مرة بعد أخرى . وبالرغم من أن حروف المسبك تصنع عادية من معدن فى غاية الصلابة إلا أنها تبلى قليلا كلما استخدمت فى الطبع . وكذلك يضطر صاحب المطبعة أن يعيد كل حرف استخدم الى مكانه فى صندوق الحروف المخصص له ، ليستطيع استخدامه مرة أخرى ثم أنه لا يستطيع سوى عدد قليل جدا من أصحاب المطابع أن يحتفظ لديه بحروف تكفى لجمع كتاب كامل فى وقت واحد ، ولهذا فهم يجمعون ١٦ صفحة ( ملزمة واحدة ) فقط ثم يطبعونها ، ثم يمينون الحروف ( يفرقونها ) فى مكانها فى الصناديق ، ثم يجمعون ملزمة أخرى وهكذا .

وبالرغم من كل هذه المساوىء فإن الجمع اليدوى للحروف المسبوكة ، لا تزال

هى الطريقة المتبعة فى كثير من البلاد النامية ، ومستظل هذه الطريقة سائدة وبخاصة فى المطابع الصغيرة المنتشرة فى مدن الاقاليم .

ولكن بعض الطابعين المستترين توصلوا فى السنوات الاخيرة الى طريقة جديدة للجمع تتضمن جانباً من الوسائل الميكانيكية . وميزة هذه الطريقة الجديدة انها تبقى على مميزات الجمع اليدوى وتتخلص من مساوئه . وتستخدم هذه الطريقة المسبك المستخدم فى آلات المونوتيب لصنع الحروف من معدن يسهل صهره واعادة سبكه ، ثم تجمع هذه الحروف باليد ، ثم تصهر وتعاد بعد كل مرة تستخدم بها .

ويستطيع الطابع الذى يملك مطبعة لا بأس بها أن يقتنى مسبكاً خاصاً به يصنع له الحروف التى تجمع يدوياً فى مطبعته . كما يستطيع الطابع الصغير أن يشتري ما يلزمه من حروف من مطبعة اكبر من مطبعته ، ثم يبيع الحروف التى استخدمها بعد استعمالها ليعاد سبكها من جديد . وقد يوجد فى بعض المدن الكبرى مصانع متخصصة فى سبك الحروف ويبيعها للطابعين الصغار ، ولا شك أن الحروف التى ينتجها مسبك « المونوتيب » تكون هشة وواضحة وجديدة عندما تستعمل فى كل مرة . ويستطيع الطابع أن يستبدل ما لديه من حروف ، بحروف أخرى مختلفة الاشكال والاحجام ، بل مختلفة فى اللفة نفسها - كلما دعت ضرورة عمله وتغير حاجاته ومطالبه .

ان هذه الطريقة البارعة التى تجمع بين الجمع اليدوى التقليدى ، والمسبك الآلى الحديث للحروف تنتشر بازدهار كبير فى الدول النامية ، حتى فى المطابع التى تعمل للانتاج الكبير وتستخدم « المكنة » الكاملة فى الفروع الأخرى لانتاج الكتاب كالطبع والتجليد . وتعتبر ايران واندونيسيا من بين الدول التى انتفعت انتفاعاً عظيماً راثماً بهذه الطريقة .

**ب — المونوتيب :** هذه طريقة للجمع الآلى ، تستخدم قطعة معدنية لكل حرف على حدة ، وهى من هذه الناحية تشبه الى حد ما الجمع اليدوى . وهناك جزآن هامين فى آلة المونوتيب : الجزء الأول هو لوحة الحروف أو المفاتيح التى يثق



العامل عليها فتحدث ثقوبا في شريط من الورق . والجزء الآخر هو المسبك الذى يتولى سبك الحروف وترتيبها بالشكل المطلوب الذى تحدده الثقوب التى أحدثها الجزء الأول في شريط الورق .

ويمكن الاحتفاظ بهذا الشريط فترة من الزمن لاستخدامه مرة أخرى فى جمع نفس الكلمات ، أما الحروف نفسها فيمكن صهرها وإعادة مسبكها .  
كما أن مسبك المونوتيب يمكن استخدامه في سبك حروف تستخدم في الجمع اليدوى كما نكرنا من قبل .

وإذا استخدمت آلة المونوتيب في جمع مادة مقروءة عادية لا توجد بها تعقيدات أو متطلبات خاصة فانها تكون في الغالب أكثر كلفة من طريقة الجمع بالسطر الكامل، وهى الطريقة التى سنتحدث عنها في الفقرة التالية . وعلى أية حال فآلة المونوتيب ، تعتبر أفضل آلات الجمع الميكانيكية جميعا ، وأكثرها مرونة ولها مزايا خاصة في جمع الكتب التى تتضمن معادلات أو رموزا علمية، أو جداول معقدة ، أو حروف ذات نطق خاص كالحروف العربية ذات الشكل الكامل ( الضمة والفتحة والكسرة والسكون — الخ ) والأجزاء الصعبة الأخرى من المواد المطبوعة .

**ج — اللينوتيب والانترتيب :** هاتان الآلتان اللتان تنافس كل منهما الأخرى من الناحية التجارية تقومان بجمع « سطور » من الحروف بدلا من جمعها حرفا حرفا . والطريقة العامة فى هذا الجمع تسمى « السبك بالسطر » . ومن الضرورى في هذه الطريقة إعادة جمع السطر الكامل إذا وجد خطأ في أى حرف من حروفه . وقد يتبين أن هناك خطأ جديدا عند إعادة جمع السطر . كما أن هذه الآلات لا تستطيع جمع بعض المواد الطباعية الخاصة المستخدمة في بعض الدول النامية . كما أنها لا تتصف بالمرونة التى تتميز بها آلة المونوتيب . ومع ذلك فإن طريقة الجمع بالسطر ، أقل نفقة وأوسع استخداما من باقى طرق الجمع الآلية الأخرى ، في عمليات الجمع العادى وغير المعقد .

**د — الجمع بالتصوير :** هذه طريقة للجمع لا تستخدم حروفا معدنية وفى الأسواق عدد كبير منها تتنافس فيما بينها من الناحية التجارية ويقوم العامل

بتصوير الحرف المطلوب جمعه في الوضع الذي يريده ، ثم تنتج الآلة فيلم يحمل صورة الحرف المطلوب . ويستخدم الفيلم عادة في صنع اللوحة التي تستخدم بدورها في طريقة الطبع بالأوفست ( كما سيأتى ذكره في الفصل الخاص بالطبع ) وان كان الفيلم يمكن استخدامه أيضا في صنع الكليشيهات المستعملة في طريقة الطبع البارز . وحتى الآن لم تحل بعض المشكلات القائمة في طريقة الجمع بالتصوير عند استخدامها لجمع الكتب ، وليست هناك حتى الآن وحدات كثيرة للجمع بالتصوير في البلدان النامية . على أن كثيرا من المراقبين يعتقدون أن هذه الطريقة يمكن أن تكون ذات قيمة كبيرة في المستقبل . وينبغى للطابعين ذوى النظر البعيد ، في الدول النامية ، وللناشرين الذين يتعاملون معهم ، أن يراقبوا باهتمام التطور الكبير الذى سيحدث في هذا الجانب من الطباعة خلال الأعوام القادمة .

**هـ - طرق أخرى للجمع :** في أنواع الطباعة التي سنتعرض لها فيما بعد والمسماة بالطباعة المساء ( بلاتوجرافيا ) ومن أهمها الطريقة المعروفة باسم الأوفست ، من المستطاع جمع الحروف بطريقة أخرى غير الجمع اليدوى أو الآلى أو التصوير .

فالكتابة على الآلة الكاتبة، والكتابة باليد، والرسم، كلها يمكن أن تطبع كما هي في الأصل دون استخدام إحدى الطرق السابق ذكرها . والطرق الجديدة تستخدم بخاصة في جنوبى آسيا ، وبوجه أخص في اللغة الاوردية (الهندية) حيث تستخدم الكتابة باليد بدلا من حروف الطباعة حتى في الصحف اليومية . والكتابة على الآلة الكاتبة تستخدم بدرجة متزايدة ، حتى في أكثر البلاد تقدما . والاحتمال الأكبر في المستقبل ، هو أن تستخدم الآلة الكاتبة في عملية الطبع ، استخداما واسع النطاق في جميع البلدان .

وكما سيرد الحديث عن طبع الصور فيما بعد ، أصبح من الشائع الجمع بين الصور وحروف الآلة الكاتبة في الطباعة بالأوفست ، كلما أراد الناشر أن يستغنى عن شكل الحروف المستعملة عادة في طباعة الكتب . وقد لجأت اليونيسكو الى استخدام حروف الآلة الكاتبة في طبع كثير من منشوراتها .

وبالنسبة ، فإن الأصل الإنجليزي لهذا الكتاب الذى نقرؤه الآن مطبوع —  
بمعد كبير من الكتب الأخرى التى تنشرها شركة بوكز للنشر — بهذه الطريقة .  
**ز — الجمع الإلكتروني :** لقد حدث تطور جديد هائل فى بعض الدول الغربية  
وأصبح الجمع الإلكتروني منبثا بحدوث ثورة فى عالم الكتب والجمع فى  
السنوات القادمة . ولا يمثل الجمع الإلكتروني فى ذاته طريقة جديدة للجمع  
تختلف عن الطرق السابق ذكرها كالمونوتيب واللينوتيب والانتريتيب والجمع  
بالتصوير . فالمعل الإلكتروني هنا ليس الا جهازا يتحكم فى آلة الجمع أو الآلة  
الكاتبة . وليس هو فى ذاته آلة خاصة تجمع الحروف .

**ح — الصور والرسوم :** وبالرغم من أن الصور والرسوم لاتتضمن مشكلات  
جمع الحروف فانها تعتبر جزءا من عملية الجمع ، لأن لها كالحروف ، شكلا  
خاصا يحرص الطابع على نقله بمعمليات الطبع التالية لهذه المرحلة .  
ان الطابع المحترف يعرف ويستخدم طرقا عديدة لطبع الصور ، لكن الناشر  
ينبغى له أن يفرق أولا بين نمطين رئيسيين من الصور : الأشكال « الخطية » أى  
أن تكون الصورة فى كل جزء منها إما سوداء خالصة وإما بيضاء خالصة ،  
والصور « المتدرجة » وهى التى قد تتضمن تداخلا بين الأبيض والأسود فى  
أجزائها . فالرسم البسيط باستخدام مجرد خطوط سوداء على ورق أبيض ،  
يعد مثلا للرسم « الخطى » ، أما الصور الفوتوغرافية فهى مثل واضح  
للصورة « المتدرجة » .

وإذا كان الطابع سوف يستخدم طريقة الأوفست فى طبع الكتاب ، فإن  
الناشر لن يحتاج الى أن يتسائل عما إذا كتبت الصور والرسوم التى يريد  
نشرها فى هذا الكتاب رسوما بالخط «أو صورا بالدرجة» لأن الطبع بالأوفست  
سيتمولى كلا الصنفين دون اختلاف فى التكاليف بين أحدهما والآخر .  
أما إذا كان الطابع سيتم بطريقة الطبع البارز ، فإن على الناشر أن يفكر  
جيدا فى مسألة التكاليف ، لأن « الكليشيهات » المستخدمة فى تصوير الرسم  
بالخط أرخص بكثير من « الكليشيهات » الخاصة بالصور « المتدرجة » ، ويمكن  
أن تطبع على أى نوع من الورق . أما « الكليشيهات » الخاصة بالصور  
« المتدرجة » فهى غالية نسبيا ، وتتطلب أنواعا خاصة من الورق ، لتحقيق  
نتائج أفضل .

والورق الامثل لطبع الصور المترجمة اذا كان الطبع بارزا ، هو الورق المعروف بالورق الكوشيه أو « بورق الفن » او بالورق الناعم . ومثل هذا الورق غالى الثمن ولهذا يلجأ الناشر الى استخدامه في الأجزاء التى تتضمن الصور ، دون غيرها من باقى أجزاء الكتاب . وهناك بعض أنواع خاصة من الكتب ، كالكتب الدراسية ، التى تنشر فى صفحاتها الصور والرسوم التوضيحية ، يستخدم لها الناشر نوعا خاصا من الورق يسمى **English-finish** أو **Machine-finish** . وبذلك يتحاشى غلاء اسعار الورق الكوشيه ويحصل فى الوقت نفسه على صور مطبوعة طبعاً واضحاً . وهناك جوانب أخرى كثيرة جدا فى عملية الجمع التى تعتبر الخطوة الأولى فى صناعة الكتاب ومن بينها طريقة توضيب الحروف فى الاطار المساوى لصفحة الكتاب ، ثم تقفيل الاطار قبل وضعه على آلة الطبع . على أن مثل هذه العمليات ، لا يمكن تعلمها الا بملاحظتها فى احدى المطابع ، وأحسن من ذلك بممارستها ممارسة عملية داخل غرفة الجمع .

### ثانياً — الطبع

الطبع هو عملية وضع الحبر على الورق . وهناك طرق عديدة للطبع ، وأكثر هذه الطرق استعمالاً فى طبع الكتب الطرق التالية :

#### ١ — الطبع البارز

هذه هى طريقة الطبع التقليدية المستخدمة طوال القرون الماضية فى أنحاء كثيرة من العالم . وهى عبارة عن وضع الحبر على الأطراف البارزة من الحروف ، وضغط الورق على هذه الأطراف البارزة ، فتنقل صورتها الى الورق . وفى الأزمنة الحديثة استخدمت لوحات ذات أسطح بارزة ، ليضغط الورق عليها كالضغط على الحروف نفسها . واللوحه عبارة عن قطعة معدنية رقيقة ( وفى السنوات الأخيرة أصبحت أحيانا تصنع من المطاط أو البلاستيك ) وهى عادة لا تبلى بسرعة كالحروف المعدنية المستخدمة فى الطباعة ، ومن الممكن حفظها وتخزينها ليعاد استعمالها من جديد .

ومعظم الكتب التى تطبع فى جميع انحاء العالم ، لا تزال تطبع نقلا عن الحروف نفسها . ومع ذلك فان عددا من الناشرين اصبحوا يطبعون كثيرا من كتبهم نقلا عن اللوحات ( الكليشيئات ) . ولا يستطيع الناشر التنبؤ بالزمن الذى سينقضى بين الطبعة الاولى للكتاب والطبعة التالية له ، ولكثهم يؤمرون بعض المال من الكتب الراجعة التى يطبعونها مرة بعد اخرى نقلا عن اللوحات المصورة لها ، وينفقون هذا المال المتوافر لهم ، على تصوير باقى الكتب التى ينشرونها . وهناك ميزة اخرى لاستخدام اللوحات بدلا من الحروف التى تجمع فى كل طبعة ، وهذه الميزة هى توفير الوقت عندما يراد اعادة طبع كتاب ، ذلك الوقت الذى ينقذه الطابع فى جمع مادة الكتاب مرة اخرى من اوله الى آخره اذا لم يكن مصورا على لوحات .

وكحل بديل للتصوير على اللوحات « الكليشيئات » ، يمكن الاحتفاظ بالحروف مدة من الزمن ، حتى يعرف الناشر من معدل مبيعاته الاولى من الكتاب ، احتمال اعادة طبعه من عدمه ، وبذلك يوفر اعادة الجمع اذا قرر اعادة الطبع ، او يفرق الحروف اذا لم يشأ اعادة الطبع ، فلا يتحمل تكاليف التخزين . لان الطابع الذى يستخدم الحروف فى الجمع اليدوى ، لا يمكن ان يرضى ببقاء الحروف مجموعة دون استخدام فترة طويلة من الزمن ، وحتى اذا كان الطابع يستخدم الحروف المعدنية التى تجمع مرة واحدة وتصهر بعد ذلك ، فهو لا يستطيع بقاءها بمخزنه دون اعادة صهرها لان ذلك يكلفه خسارة مالية . ولهذا فان الطابع يتقاضى من الناشر اجرا عن بقاء الحروف مجموعة بعد انتهاء الطبع مدة لا تزيد عن بضعة ايام اذا تم ذلك بناء على طلب الناشر .

ومع التقدم الكبير الفنى فى طباعة الاوفست خلال السنوات الاخيرة ، زاد استخدام هذه الطريقة فى اعادة طبع الكتب ، بما فيها الكتب التى طبعت للمرة الاولى بالحروف البارزة . وفى مثل هذه الحالات تصنع لوحات الاوفست بتصوير نسخة من الطبعة الاولى الاملية التى طبعت بالحروف البارزة .

## ب - الطبع الأملس ( بلاتوجرافيك )

يسمى هذا النوع من الطباعة بالطبع الأملس ، لأن الطبع يتم بواسطة لوحات ملساء مستوية السطح بدلا من استخدام حروف بارزة أو لوحات ( كليشيهات ) ذات سطوح بارزة . ان صورة الحرف أو الرسوم أو الصور المطلوب طبعتها، تبدو على وجه اللوحة الناعم لا بارزة عليها ولا محفورة فيها ، ويتم الطبع بوسيلة كيميائية تجعل الحبر ينتقل من الأجزاء المطلوب طبعتها دون باقى أجزاء اللوحة ، ويوضع الورق على هذه اللوحات المغطاة بالحبر فينتقل الحبر على الورق من أماكن الحروف أو الرسوم أو الصور ، دون باقى أجزاء اللوحة .

وطباعة الأوفست الحديثة هى أشهر طرق الطباعة الملساء ، وأهمها جيمما فى انتاج الكتب . على انه تجدر الإشارة الى أن طريقة الطباعة المسماة « باللاتوجراف » فى جنوبى آسيا ، وهى الطريقة المشابهة كثيرا لطبع « الحجر » المعروف من قديم، هى نوع آخر من أنواع الطباعة الملساء.

وتتضمن الطباعة الملساء مجموعة كبيرة من العمليات التى تستخدم آلات صغيرة متعددة الاشكال مثل آلة « دافيدسون » و « الملتيث » ٠٠٠ انغ . وهى التى تعتبر عادة آلات نسخ مكتبية لطبع النشرات والمواد الطباعية الصغيرة لا لطبع الكتب .

ولكن الواقع ان هذه الآلات الصغيرة تستخدم فى بعض الأحيان لانتاج الكتب بتكاليف اقل مما تتكلفه آلات الطبع العادية . ومن المساوئ الرئيسية لهذا النوع من الآلات السهلة الاستخدام ، صغر مساحة الورق الذى يطبعه عليها ( ٤ صفحات فقط للفرخ الواحد أحيانا ) ومن هنا يتكلف الطابع نفقات كثيرة لزيادة أجور الأيدى العاملة المشتغلة فى تجميع الأفرخ وتطبيقها وتجليدها بعد ذلك . على ان أجور الأيدى العاملة فى كثير من البلدان النامية رخيصة الى حد كبير ، ومن هنا يزول اثر هذا العيب ، وتصبح هذه الآلات صالحة لانتاج الكتب بنفقات معقولة .

وقد أحدثت طباعة الأوفست ثورة في إنتاج الكتاب في أجزاء كثيرة من العالم . ومن مزاياها أن الطابع يستطيع أن يجمع بين التجارب المطبوعة للحروف المجموعة والرسوم والصور الفوتوغرافية واللوحات المصورة . الخ ، يجمع بين كل هذه الأشكال في عملية واحدة دون أن يتحمل تكاليف طبع كل نوع منها على حدة ، أو استخدام نوع خاص من الورق لكل منها . ولما كانت المرحلة الأخيرة قبل صنع اللوحة المستخدمة في الطبع هي مرحلة أعداد الفيلم الذي يحمل صور الحروف والرسوم وغيرها ، فإنه من المستطاع الاحتفاظ بهذا الفيلم دون حاجة إلى الاحتفاظ باللوحة نفسها إذا رُئي الاستغناء عنها .

ولطباعة الأوفست ميزة خاصة في مجال التعاون الدولي بين الناشرين الذين يرغبون في إنتاج طباعات مختلفة - بلغات مختلفة - لكتاب واحد ، وخاصة إذا كان هذا الكتاب يتضمن صوراً ملونة يتكلف طبعها نفقات باهظة . فالناشر الأصلي يستطيع أن يعد مجموعة من الأفلام لهذه الصور الملونة ، ويستطيع أن يبيع أو يؤجر نسخاً منها لناشرين آخرين في دول أخرى ، وبخاصة أن هذه الأفلام يمكن نقلها أو إرسالها إلى أماكن بعيدة بأجور زهيدة ، وبذلك تنخفض تكاليف الإنتاج لدى الناشر الأصلي والناشرين الأجانب الذين يتعاون معهم .

### ج - الطبع المحفور ( جرافير )

في هذا النوع من الطباعة لا تكون الصور المرسومة على وجه اللوحات المعدة للطبع بارزة كما هي الحال في الطبع البارز ، ولا مستوية كما هي الحال في طباعة الأوفست ، بل محفورة ينفذ إليها الحبر . وطباعة الروتوجرافير تستخدم لوحات مقوسة وآلات طبع عالية السرعة ، وهي اقتصادية في إنتاج الكميات الضخمة ، ولكنها غالية التكاليف إذا طبعت عليها طباعات محدودة العدد . وآلات الطبع المحفور التي تغذى بالورق يدويًا ، آلات باهظة التكاليف ، ولكنها تستخدم أحياناً حتى في طبع كميات قليلة ، إذا كان الناشر يطبع صوراً يريد أن تكون واضحة جلية ، ومثل هذه الآلات تستطيع أن تحقق له ذلك أكثر من أية آلة أخرى . على أن الطباعة المحفورة ( الجرافير ) ليست في الوقت الحاضر بذات أهمية في صناعة الكتاب ، في معظم البلدان النامية .

## د - الطباعة دون ضغط

ومن الطرق التي ستحدث ثورة في طبع الكتب ، وبخاصة للأعداد القليلة تلك الوسائل الحديثة التي تستخدم الأساليب الفنية الكهربائية ، ومن أشهرها آلات « زيروكس » . ان استخدام آلة الزيروكس يجعل من المستطاع طبع نسخ قليلة جدا من مادة مطبوعة بتكاليف معقولة لا يمكن لآلات الطبع العادية القيام بها بمثل هذه التكاليف ( كما يحدث في طبع طبعات تجريبية لكتب مدرسية أو جامعية جديدة ، أو طبع نسخ قليلة من كتب نفدت طبعاتها لتستخدمها المكتبات العامة أو الأساتذة الباحثون ) . وإذا اجتمعت آلة الزيروكس مع آلة الميكرو فيلم التي يمكنها تصوير كمية هائلة من المعلومات وحفظها في حيز صغير بتكاليف زهيدة ، يمكن إعادة طبع ونشر أعداد محدودة من كتب ذات قيمة كبيرة في ميادين الطب أو المعلم أو التكنولوجيا مثلا .

ان هذه الطريقة تنبئ بمستقبل كبير ، وان كانت لم تحل بعد جميع المشكلات الخاصة بطبع الصور والألوان . ولم تنتشر بعد آلات الزيروكس في افريقيا وآسيا ( ما عدا اليابان ) ولكنها معروفة الآن في أجزاء كثيرة من أمريكا اللاتينية . وعندما ينتشر استخدام هذه الآلة في الدول النامية ، يصبح من الضروري لنشر الكتب أن يولوها مزيدا من اهتمامهم لما يمكن أن يؤديه في المستقبل من خدمات .

## هـ - الطبع على شاشة الحرير

هذه الطريقة تعتبر من أبسط طرق الطبع . وهي تسمى عادة الشاشة الحريرية ، وان كتلت الشاشة في الأعوام الأخيرة يمكن أن تكون من النايلون أو القطن أو الشبكة المعدنية ... الخ . وتستخدم الشاشة في بعض العمليات الطباعة الخاصة ، كورق الجدران . وليست هذه الطريقة من الطرق العملية الصالحة لطبع كتاب كامل ، ولكنها مفيدة جدا في طبع المصنفات أو الصفحات المفردة الملونة ، عندما تكون الكمية المطبوعة قليلة العدد بحيث لا تصلح لطبعها الآلات المخصصة لطبع الأعداد الكبيرة . فعندما يريد الناشر مثلا طبع عدد



محدود جدا من كُتاب يتضمن بعض اللوحات الملونة، فإن وسائل الطبع العادية تصبح باهظة التكاليف عند قيامها بطبع العدد المحدود ، ولكن الفنان الذى يعد بنفسه الشاشة الحجرية ويطبع عليها الصور الملونة ، يستطيع أن ينتج العدد المحدود من هذه النسخ بتكاليف معقولة .

## و - آلات الطباعة الخاصة

وهناك عدد كبير من آلات الطباعة الخاصة المستعملة فى كل من الطبع البارز والطبع الأملس ، ولكنها مجرد تحسينات جديدة لطرق الطبع العادية . فهناك الآلات المسماة بالـ *Perfecting* وهى التى تطبع فرخ الورق بوجهيه فى آن واحد . وهناك آلات « وب » *Web* وهى التى تستخدم لغات الورق الكاملة لا الأفرخ المسطحة ، وهى فى ذلك تشبه مطبع الصحف . وهناك آلات الـ *Multi-color* أو المتعددة الألوان وهى التى تستطيع طبع لونين أو ثلاثة أو أربعة أو أكثر فى وقت واحد .

وبالرغم من أن هذه الإضافات المتطورة باهظة التكاليف للغاية ، إلا أنها يمكن أن تكون اقتصادية ، عندما تكون الكمية المطبوعة كبيرة جدا . وبمرور الأيام يتطلع كثير من الطابعين وعملاتهم الناشرين فى البلدان الغامية ، الى الوسائل التى تمكنهم من استخدام هذه الآلات الحديثة ولو فى المستقبل ، بصور اقتصادية تناسب الإنتاج الكبير الذى يمكن أن يلبي طلبات الأسواق التى تنمو وتبشر بمستقبل زاهر .

## ثالثا - التجليد

بعد أن يتم طبع أفرخ الورق التى يتكون منها الكتاب ، تجمع هذه الأفرخ أو كما تسمى « بالملازم » وكل ملازمة منها تحتوى على ٨ صفحات أو ١٦ أو ٢٢ أو ٦٤ صفحة . وعملية التجليد تشمل تطبيق هذه الأفرخ ووضع كل منها الى جانب الآخر فى نظام دقيق ، وقص هوامشها ( تعريشها ) ثم الربط بين هذه الصفحات بطريقة ما ، ثم تجليدها بغلاف من الأغلفة .

«ويمكن أن يتم تطبيق الأفرخ يدوياً» وفي معظم المطابع الموجودة بالحدود النامية يتم التطبيق باليد لرخص الأيدي العاملة وقلة تشغيل الآلات. على أن معظم المطابع الكبرى تشمل بعض آلات «التطبيق» الميكانيكية. وهناك أخطاء كثيرة جداً من آلات التطبيق تناسب مختلف الأغراض، ومختلف أحجام الورق، ومختلف السرعات.

والخطوة التالية بعد تطبيق «الأفرخ» هي تجميعها ووضعها بعضها ببعض إلى جانب بعض، بالشكل الذي ستظهر فيه عند انتمام الكتاب. وبالرغم من أن معظم هذه العمليات تتم باليد في أنحاء كثيرة من العالم، إلا أن هناك وسائل للإسراع في القيام بهذه العمليات، كاستخدام «أصابع المطاط» وأنواع مختلفة من الرفوف والموائد للتجميع عليها. وحيث تكون أجور الأيدي العاملة منخفضة، فإن الوسائل الميكانيكية تكون غير اقتصادية في التطبيق والتجميع، إلا إذا كانت الكميات كبيرة جداً.

وبعد أن تطبق وتجمع الأفرخ المطبوعة، تجيء الخطوة التالية وهي الربط بينها أو لصقها معاً. وبأبسط الطرق المستخدمة في هذا الربط بين الأفرخ هي خرمها بالسلك. والتجليد بالخيط يتكلف أكثر من الخرم بالسلك، ولكنه ألزم وأتقن إذا كان الكتاب سميكا، لأنه يضمن نتائج أفضل، ويمكن القارئ من «تقليب» الصفحات بعرونة وسهولة أكثر.

وإذا كان الطابع يريد وضع غلاف سميكة للكتاب فإن عليه أن يقص الأفرخ من هوامشها الثلاثة قبل التجليد. أما إذا كان الغلاف الخارجى من الورق. فإن عملية القص «التعريض» تتم بعد لصق الغلاف، وبذلك يقص الغلاف نفسه مع الورق الداخلى للكتاب. أما إذا كان التجليد سيتم بالطريقة المسماة «برمكت» كما سيجيء شرحها فإن الأفرخ لا تخرم بالسلك ولا تخطط بالخيط، ويكتفى بقصها من هوامشها الأربعة جميعاً ثم تلصق بمادة لإصقة.

طريقة «برمكت للتجليد» لقد كانت هذه الطريقة مفتاحاً لتطور انتاج الطبعات الشبيهة بالمجلة ذات الغلاف المورق «Paper-back»

في الدول الغربية . وتتقدم هذه الطريقة تقدما سريعا في البلدان النامية  
ايضا . وفيها تقص أفرخ الورق من جوانبها الأربعة ثم توضع في الغلاف  
المصنوع من الورق وتلصق فيه بمادة لاصقة . وفي أوائل عهد استخدام  
هذه الطريقة ، كانت آلة التجليد ضخمة جدا وباهظة التكاليف ، ولم  
تكن النتائج مرضية دائما . فقد كانت بعض الصفحات لا تلصق لصقا  
دقيقا وتنفصل عن باقي الكتاب ، كما ان الأغلفة كانت تتكسر في المناطق  
الباردة وتجلب الهوام والحشرات في البلدان الاستوائية . ولكن المصانع في  
الاعوام الأخيرة استطاعت أن تنتج مواد لاصقة جيدة تستطيع أداء الغرض منها  
في جميع الأجواء ، وأصبحت آلات التجليد بهذه الطريقة تنتج في وحدات  
صغيرة يمكن إدارة بعض أنواعها باليد . ولاشك أن هذه الطريقة في التجليد  
ينتظر لها مستقبل عظيم في البلدان النامية .

**طبع الغلاف :** بالرغم من أن طبع الغلاف عملية طباعية خالصة ، إلا أنها  
مرتبطة أشد الارتباط بعملية التجليد ، وهذا ما دعانا الى الحديث عنها هنا .  
إن الغلاف وإن لم يكن انتاجه كثير الكلفة إلا أنه عامل هام من عوامل ترويج  
الكتاب وتسويقه ، ولهذا فهو يحتاج الى عناية كبيرة في اختيار المادة التي  
يصنع منها ، والتصميم أو الشكل الذي يخرج به ، وكيفية الطبع نفسه . ويمكن  
تحقيق نتائج رائعة بكثير من الطرق ، وبخاصة إذا كان الغلاف لامعا (والغلاف  
اللامع ذو مزايا لأنه لا يستبقى التراب ، كما أنه يكون جذابا لافتنا للنظر ) .

والغلاف اللامع المصنوع من الورق يمكن طبعه بنوع خاص من الحبر  
اللامع ، كما يمكن انتاجه باستخدام الورنيش ، أو استخدام طبقة  
من « السيلوفان » أو المادة المشابهة لتلصق على الغلاف بعد طبعه .

ولما كان طبع الغلاف عملية كثيرة التكاليف ، لأنه يطبع عادة في أربعة ألوان ،  
فقد يكون من حسن التعبير أن يقوم بطبع عدة أغلفة لكتب مختلفة في وقت  
واحد ، ليستطيع خفض تكاليف الطبع الملون ، بقدر الامكان .

**الورق :** يجب على الناشر أن يلم بالمها طيبا بأنواع الورق المستخدمة في

إنتاج الكتل. وإذا لم يكن لدى الناشر فكرته الخاصة المسبقة ، فانه سوف يتقبل ما يعرضه عليه الطابع من أنواع الورق ، والشنن الذى يحدده له ، سواء أكان هذا النوع هو المناسب تماما لهذا الكتاب أم لا . وهناك عديد من أنواع الورق الصالحة لصناعة الكتل ، ابتداء من ورق الصحف الأسمر الى ورق « الفن » ( الكوشيه ) اللامع الغالى الشنن المنفطى بطبقة من المساحيق او المواد الأخرى ، لتكسبه سطحا جميلا براقا ، وليس على الناشر أن يكون متخصصا فى صناعة الورق ، عالما بكل تفاصيلها ، ولكن عليه أن يعرف أنواعا رئيسية منه ، وأوجه استخدام كل منها وطريقة طبعه . كما ينبغى له أن يستطيع التفرقة بين أنواع الورق المختلفة .

وأول شئ ينبغى معرفته هو مساحة الفرخ الذى يستعمله الناشر لإخراج كتل معين ، وقدرة آلة الطبع على استخدام هذه المساحة المعينة للفرخ ، ثم على الناشر بعد ذلك أن يعرف بعض خصائص كل نوع من الورق . وفيما يلى أهم المواصفات التى يجب معرفتها :

خامة الورق ( وهى تتوقف على نوع اللب الذى يصنع منه ) .

وزن المتر المربع منه .

السمك .

السطح ( هل هو مناسب لطبع الصور ؟ لطبع الأوفست — الخ ) .

الصلابة .

اللون ( ومدى قابليته للتغير بمرور الزمن ) .

اتجاه التجزيع ( التصريق ) .

القابلية للتطبيق .

مقاومة التمزق .

والناشر الحكيم هو الذى يضع في ذهنه جملة اعتبارات معا ، ويدرك سمثلا— أن الورق السميك غير الشفاف ، يصلح فى كتاب معين ، أكثر مما يصلح الورق الشفاف ، إلا اذا كان الآخر أكثر سمكا ، وبالتالي سيكون أغلى ثمنا .

- وإذا كان الناشر مقيماً في مدينة لا تتوفر فيها أصناف الورق المطلوبة، فإنه سوف لا يستطيع اختيار النوع المطلوب على وجه الكثرة، وفي البلاد النامية التي لا تتوفر فيها العملات الأجنبية الحرة، يجد الناشر نفسه مضطراً إلى استخدام النوع المتوافر في الأسواق. بل أنه أحياناً يضطر إلى استخدام أكثر من نوع واحد من الورق في كتاب واحد، إذ يبدأ بنوع ثم لا يستطيع تكملة الكتاب منه، فيضطر إلى استخدام نوع آخر. ولكن الناشر الذي يعمل في مدينة كبيرة توجد بها متاجر تختلف أنواع الورق، يستطيع أن يختار ما يروق منها. وفي مثل هذه الحالات يكون من قصر النظر البائع أن يترك الناشر أمر اختيار الورق لصاحب المطبعة. فالتخطيط السابق لنوع الورق المستخدم في طبع الكتاب، وسيلة من أسهل الوسائل التي تمكن الناشر من زيادة أرباحه.

لقد تناول هذا الفصل مجرى عمل من سريع وبسيط للعمليات التي يمر بها إنتاج الكتاب. وربما يكون هذا الإيجاز والتبسيط قد أدى إلى شيء من عدم الدقة في الوصف، ولكن هذا الفصل جدير بأن يكون قد حقق الغرض منه، إذا ما أوحى إلى الناشرين بالاستزادة من القراءة والتعلم في هذا الموضوع. ويمكن الاستزادة من المعرفة بقن الطباعة، بالاستزادة من القراءة والأطلاع، وأكثر من ذلك، بالملاحظة لما يجري داخل المطابع، وبالنقاشات المستمرة للشكالات المشتركة بين الناشرين بعضهم وبعض، وبينهم وبين الموردين للآلات والخبائث.

إن الناشر الذي يهتم ببناء مستقبله، جدير بأن يكون على دراية بصناعة الطباعة، أسوة ببرايته بصناعة النشر.

وعليه أن يساعد الطابعين الذين يتعامل معهم على أن يعرفوا احتياجاته في المستقبل، وبذلك يضعون في خططهم الطويلة المدى الوحدات الإنتاجية، أو الآلات المتطورة أو الأنواع المختلفة تماماً من آلات الطباعة، التي ينبغي لهم الحصول عليها لمسايرة التقدم وسد احتياجات المستقبل.

## الفصل الثامن

# بيع الكتب

بعد اتمام جميع الاعمال التحضيرية من : المؤلف ، والمصمم والرسام ، والمحرر ، والطابع ، وبعد اجراء التعديلات والتجارب النهائية فانه يتم طبعها وتجليدها وتصبح صالحة للقراءة .

وقسم البيع في دار النشر هو الذي يتولى الحصول على الاموال لتسداد الفوائد .

ومهمته جديرة بالتقدير ، ليس فقط من وجهة نظر تمويل حساب الناشر بالبنك ، ولكن ايضا بسبب خدمته لصالح صناعة النشر بتوصيله الكتب الى جمهور القراء .

ولهذا فان هدف هذا القسم ليس فقط جلب الابرار ، ولكن بالقيام بتوزيعها على نطاق واسع .

واذا كانت الكتب رابحة فان مصلحة الناشر ومصلحة الجمهور تسيران جنبا الى جنب .

وكما اوضحنا في الفصل الثالث حول اقتصاديات نشر الكتاب فان اسهل طريقة هي تخفيض السعر عن طريق زيادة الكميات للحصول على حلفة اقل للنسخة ، ولكن ليس من المنطقي طباعة كميات لا يتم بيعها .

وينبغي قسم المبيعات واجيدا من اهم نتائج نجاح الناشر وقدراته على خدمة الجماهير .

وكما درجنا دائما في هذا الكتاب ان تأكيدنا لوجود قسم المبيعات لا يثبط عزيمته  
صغار الناشرين الذين ليس لديهم هذا القسم .

والمبادئ التي نسردها هنا تنطبق على بيع الكتب في منشأة صغيرة للنشر  
لديها موظفان او ثلاثة لاداء جميع الاعمال .

### طرق بيع الكتب

يمكن تقسيم الطرق العديدة التي يتم بها بيع الكتب ببساطة الى أربع  
مجموعات وفقا لطبيعة العميل الذي سيتولى ممداد فاتورة الناشر .

#### ١ - المستهلكون الافراد

وهم الذين يبيع لهم الناشر مباشرة نفسه بنفسه .

ومن وسائل هذا البيع المباشر :

— التوزيع للبيع او الدعاية مباشرة بالبريد ( انظر فصل ٩ ) .

— عن طريق منشأة الناشر نفسه ( انظر فصل ٢٠ ) .

— عن طريق التوزيع بطريق الاغراق . اذا كان الناشر يملك ذلك ( انظر

فصل ١٤ ) .

— عن طريق نوادي الكتاب — اذا كان له ذلك ( انظر فصل ١٣ ) .

— عن طريق الاشتراكات لدى الناشر ( انظر فصل ١٤ ) .

#### ٢ - المؤسسات الجماعية

من الطبيعي ان اهم العملاء هم المدارس والمكتبات ومراكز محو الامية او

مراكز التنمية العلمية .

وفن البيع لمثل تلك المؤسسات يتم عادة على نطاق واسع بين دولة واخرى

بين وقت وآخر .

وهناك وسائل خاصة قد تكون ضرورية لبيع الأنواع المختلفة من هذه الكتب :

الكتب الدراسية ( انظر فصل ١١ )

كتب المراجع ( انظر فصل ١٠ )

كتب الأطفال ( انظر فصل ١٢ )

الكتب الثقافية والمواد الأدبية الجديدة ( انظر فصل ١٦ )

وبعض أنواع المبيعات من كتب المؤسسات قد تباع محليا عن طريق امتياز بيع الكتب الدراسية لوزارة التربية والتعليم التي قد تتم نظاما محددا في كتبها للمدارس .

وقد يحتاج الأمر من الناشر أن يجند مجموعة من البائعين للسفر لزيارة المعاهد والمؤسسات في مختلف البلاد ، وقد يكون هؤلاء البائعون اما من موظفيه واما عن طريق وكلاء بالعمولة .

ومن الجدير بالذكر أن طريقة المراسلات المباشرة مع المؤسسات ذات فاعلية سواء تم البيع بذلك الطريق أو بغيره .

وطريقة ارسال هدايا مباشرة بالبريد للعبيل قد ينشط العميل . فانه عندما يقع الكتاب بين يدي صاحب المكتبة فانه يساعد على تعريف القراء به ، وبذلك تنهال الطلبات على الكتاب .

### ٣ - بائعو التجزئة

هؤلاء هم التجار على مختلف الأنواع ويبتشرون ببيع الكتب — وفي الغالب — كتابا بكتاب الى المستعملين الحقيقيين . ان البائع في العادة يتعامل في تشكيلة كبيرة من الكتب ، ولكن ليس من الضروري أن تكون صادرة عن ناشر واحد . وعلى نميل المثال ، وكما هو ظاهر في القسم الأول سلبقا ، فان الناشر يمكنه ممارسة نظام التوزيع وعلى شكل واسع اذا توافرت له القوة والامكانات للقيام



بهذا العمل. ولكن الطريقة الاعتيادية والمقصودة في هذا الجزء هي شركة متخصصة في توزيع الكتاب على نطاق واسع ومن واقع « كشوف » لبطانة ناشرين ، أو أكثر من ناشر . ومن بين عملاء الناشر لفئة الموزعين من هذا الطراز وهم :

- محلات بيع الكتب بالقطاعى المنتظمة ( انظر الفصل ٢٠ ) .
- شركة التوزيع وعلى نطاق واسع ( انظر الفصل ١٣ ) .
- ائدية الكتاب ( انظر الفصل ١٤ ) .
- البيخ عن طريق للتوزيع بالبريد ( انظر الفصل ٩ ) .
- شركة البيع بنظام الاشتراك ( انظر الفصل ١٤ ) .

البائسون المتجولون وغيرهم من بائعى الكتب الذين ينتقلون بكتبهم سواء متجولين أو على تراجلات أو سيارات . . . السخ . . .

#### ٤ - بائعو الجملة

وفي الامكان تسمية هذه الفئة من الناس « بائعى جملة » أو من اصحاب الاعمال وهم « الوسطاء » بين الناشرين وبائعى القطاعى والذين يحققون البيع الى مستعملى الكتب الحقيقيين ، ونظريا فان بائع الجملة لا يبيع رأسا الى المستهلك ولكن عادة وغالبا ما يحقق البيع التهاى وخاصة للمعاهد .

ان الخصم الاضافى الذى يتمتع به تاجر الجملة من قبل الناشر مع مراعاة مبدأ مبادرته بالبيع لتجار التجزئة فقط ، يجعل مبيعات هذا التاجر أى تاجر الجملة بالتجزئة تشكل مناقشة غير عادلة بينه وبين تاجر التجزئة . فلتأمن تجار الجملة بتفويض الاسعار التى يتعمل على أساسها تجار التجزئة ومنوع يحكم للتخلص من بعض البلدان ، ويجعل اتفاقيات صيدرية من الناشرين . ( كشوف للخصم الاضافى ) في كثير من الأحوال .

دعان حين نظام البيع بالجملة قد يساهم مساهمة عامة في تنمية نشر الكتاب وتجارة بيع الكتاب والتجزئة في أى بلد . أو كان هناك نظام ممنوع في تجارة

الجملة فإن تجار التجزئة وخاصة الصغرى منهم قد تواتهم الفرصة فى الحصول على الكتب من ناشرين مختلفين وعن طريق تاجر جملة واحد . كما تتوافر الفرصة للناشرين فى تحقيق المبيعات بالجملة لتجار الجملة بدلا من أن يكونوا مضطرين للتعامل مع كل من تجار التجزئة وعند كل صفقة .

فى البلاد التى تتمتع جغرافيا بمساحات واسعة هناك منفعة اضافية ، اذ يمكن لبائع الجملة أن تكون لديه امثالت اقليمية أو مخزون من الكتب بموجبه يمكنه تلبية الطلبات وبسرعة اكبر مما لو التجا تاجر التجزئة بطلباته مضطرا فى كل مرة الى الناشر فى بلدة بعيدة .

من الطبيعى أن يحقق الناشر خسارة فى النهاية اذا ترك كل الأمور فى يد تاجر الجملة بدون أن تكون له اتصالات مباشرة مع المهتمين من تجار التجزئة . ولكن فى الامكان أن يصبح تاجر الجملة الجاد مفيدا للناشر ويمكنه الوصول الى الامكن أو الاسواق التى يعرضها صفار التجار من بائعى الكتب فى المناطق البعيدة .

حتى الناشر الكبير لا يقدر على الحفاظ على اتصالات دورية ومستديمة مع كل من بائعى الكتب الصغار الموجودين فى اتحاء البلد . ولكن فى امكان تاجر الجملة الذى لديه العديد من الكتب ومن مختلف بيوت النشر من تحقيق هذا الاتصال .

ان ادراك المبيع بالجملة هو على وجه الخصوص مفر لمستقبل البلاد النامية حيث انتشر العلم فى أرجائها (ومنذ اهتمامها بالكتب) الا أن تنفيذ تصويق الكتب لا يزال محصورا وعلى نطاق واسع فى المدن الرئيسية . لا يزال هناك الكثير من الاجزاء التى يجب اتخاذها ، ومع ذلك فيوجد هناك القليل من البلاد النامية التى لم تتمكن بعد من ارساء قواعد سليمة لتجارة الجملة .

#### التصدير

كل الوسيط السيلف ذكرها آنفا يمكن الاستفادة بها فى البيع عن طريق التصدير وعلى الوجه الذى لا تختلف هذه الطريقة عن مثيلاتها من الطرق الأخرى .

وفي الحقيقة ، وكيفما كان الأمر ، فانه يوجد هناك الكثير من المعضلات الخاصة .

وهذا هو الواقع سواء كتلت معاملات الناشر مباشرة مع المستهلكين الأفراد ( ويكاد يكون هذا عميرا في بعض البلدان ) ، أو مع المعاهد أو تجار التجزئة أو تجار الجملة في البلدان المستوردة أو مع بيوت التصدير في البلدان المصدرة . ان الصراع الذي يشكله البيع للخارج هو في حد ذاته كبير لدرجة أن بعض الناشرين لا يحاولون بمعرفتهم مباشرة العمليات الخارجية وبالتالي يتركون كل شيء للمصدر حيث تتوافر له امكانيات السفر وتحمل النفقات نظرا لانه يمثل العديد من مختلفي الناشرين .

هذه هي بعض العوامل من الكثير التي قد تؤثر في تنمية سوق التصدير .

## أ - اللغة

لا بد لاستعملي الكتاب من حق اللغة المكتوب بها ، وهي الشيء الذي يحد من حجم التصدير بالنسبة للناشرين في كثير من البلدان النامية . بعض اللغات في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية تتميز باستعمال واسع في أكثر من بلد ، ومن بينها الآتي :

### الانجليزية :

هي أكثر اللغات استعمالا ، وعلى نطاق واسع ، وليس فقط خلال اتصالات البلدان النامية بعضها البعض ، ولكن كذلك في أثناء اتصالاتها بالعالم الغربي .

ان الناشرين باللغة الانجليزية في بلدان مثل : الهند ، والباكستان ، ونيجيريا ، وغانا ، وكينيا ، وأوغندا ، وتانزانيا الخ .. لديهم فرصة حقيقية لاثاء مهمة التصدير وبينهم وبين الغرب .

### الفرنسية :

هى كذلك مفيدة فى التفاهم بين بعض البلدان الثابتة والنامية ومع أوروبا .  
ان الظواهر مشجعة خاصة للتأثرين باللغة الفرنسية فى البلدان الواقعة فى  
غرب افريقية والذين يستعملون هذه اللغة ، كما توجد هناك امكانات فى مراكش  
والجزائر وتونس ولبنان وسوريا وملاچش وبلدان اخرى حيث تستعمل  
الفرنسية بجانب لغة اخرى .

### الاسبانية :

وهى لغة غالبية أمريكا اللاتينية ، ولها امكانات واضحة لتصدير الكتاب  
سواء داخل المنطقة أو بالتبادل مع اسبانيا . المكسيك والارجنتين هما فعلا من  
كبار المصدرين الى بلدان اخرى فى أمريكا اللاتينية .

### البرتغالية :

لغة البرازيل أكبر بلدان أمريكا اللاتينية . وهى واسعة الاستعمال داخل هذا  
البلد وفى البرتغال ، ولكن سترداد أهميتها مع ازدهار الامكن التى تتكلم  
البرتغالية فى افريقية .

### الصينية :

لغة هامة وليس فقط للصين الشعبية ولكن لجميع الجاليات الصينية فيما  
وراء البحار . يوجد هناك فعلا تصدير على غاية من الاهمية من الصين الشعبية  
الى الامكن الحليفة ديبلوماسيا ، ومن تاويوان وهونج كونج الى مختلف الامكن  
الصينية فيما وراء البحار .

### العربية :

لغة بموجبها تصدر كميات ضخمة من الكتب ، ليس فقط بين البلدان العربية ،  
ولكن من جهات النشر العربية الى بعض الامكن من العالم الاسلامى بالنسبة

الجمهورية العربية المتحدة ولبنان فانهما الناشران الاسميان للـ **الجزيرة** ،  
فالتصدير هو بالنسبة لهما الدعامة الاقتصادية للعمل .

### لورد و لغة التجال :

لغات يستعملها الملايين من الناس في كل من الهند والباكستان - ومن وقت  
لاخر تعوق المصاعب الدبلوماسية سبل تنمية السوق المشتركة - ولكن المقبرة  
كبيرة جدا .

### سواحلي :

لها القدرة العظمى لتبادل الكتب في شرق افريقية لاي لغة افريقية سليمة .

### الفارسية

تتقاسمها ايران و أفغانستان و تاجيكستان وبعض اماكن الاتحاد السوفيتي  
وامكانات التصدير فيما بينهم تكاد تكون كافية .

### لغات اخرى

مثل : تاميل وبنجابي ، والملاوية ، وشتو . والاندونيسية ، والروسية  
والالمانية والهولندية الخ . . لها امكانات محدودة للتصدير في البلاد النامية  
حيث يتقاسمونها مع جهة واحدة او جهتين ، او لكونها لغات الاقلية متخذة  
لبعض المجتمعات المخصصة .

### ب - عقبات سياسية :

ان حرية تدفق الكتب غالبا ما تعوقها اسباب سياسية من جهة البلد  
المصدر او المستورد . ان التوايح من تجار الكتب غالبا ما يجدون وسائل  
قانونية لتلاق حدة هذه المعوقات ، مع عدم ذكر الوسائل غير القانونية والتي  
تطبق احيانا على الاستيعاب ببلد ثالث كوسيط بين المصدر والمستورد ، هي  
طريقة يتكرر استعمالها في فلينان : هي مثال حي لبلد يخيم به هذا البلد

الثالث ، حتى اذا كانت العلاقة بين بلدين عربيين لا تسمح بالتحويل للتجارة بينهما رأسا .

#### ج - الرقابة :

المنع عن طريق الرقابة لبعض الكتب أو بعض الكتب القصصية لأسباب سياسية أو دينية أو اخلاقية قد يكون من العوائق ، ولو أنه يشكل مشاق أكثر من كونه مجرد عائق حقيقى لتجارة التصدير بوجه عام .

#### د - أسس اقتصادية :

ان هذا الطراز من المشكلات يشكل اكبر الصعوبات لتجارة الكتاب العالية ، ويحوى هذا مشكلات تراخيس الاستيراد ، والصعوبات فى تخصيص العملات الصعبة ، وفرض قيود الاستيراد ورسوم أخرى ، والفروق الناتجة من فئات التحويل والتي تؤدى رسومها الى ارتفاع أسعار البيع ، نفقات الشحن والتأمين للعملاء الاجانب ، الصعوبات فى تحصيل النقود من المدين الاجنبى ، وطول المدة غير المحتملة التى تنقضى منذ مبادرة تاجر التجزئة التقدم بطلبه وتسليمه للكتاب المطلوب .

ومع ذلك ، ورغمما عن كل هذه الصعوبات التى تحاول الدولة للبلد المصدر أو المستورد فى تصعيدها أو اقلالها لأسباب متنوعة خاصة بالتعليم أو الاقتصاد ، أو السياسة أو الدعاية فان تجارة التصدير تستحق هذا العناء ، لبعض البلدان مثل : المملكة المتحدة لنشر اللغة الانجليزية ، والجمهورية العربية المتحدة للعربية ، والارجنتين والمكسيك للاسبانية ، فان التصدير يشكل جزءا كبيرا من اجمالي تجارة الكتاب فيها لدرجة أن تطور نشر الكتاب بالكامل قد يكون مستحيلا بدونها ، وخصوصا للنشرين الذين لم يشاروا كثيرا عمليات تصدير فى الماضى فان النظرة لكل كتاب يباع فى الخارج تعتبر كأنها « فوق القيمة » ، ومن هنا فان الناشر أن يكون مستعدا لتحمل نفقات استثنائية مالية أو مصروفاته لانه يجلب الكمية الاضائية فان الكتاب يمثل المصافى من حاصل الجمع لحجم المبيعات ، وقد يعنيه نقيض هذا .

## عمليات بيع الكتب

يمكن تقسيم عملية بيع الكتاب الى ثلاثة أجزاء كبيرة :

### ١ - ترويج الكتاب

وهى عملية تعريف الناس بوجود الكتاب ثم اقناعهم بشرائه . انه من المهم جدا لرواج نشر الكتاب - وعلى وجه الخصوص من الناحية التكنيكية - معالجة هذا الموضوع على حدة فى الجزء القادم .

### ٢ - تلقى الطلبات

وهى عملية متابعة حملة الترويج لاقتناع الناس بتقديم طلباتهم ، اذا جاءت الطلبات عن طريق البريد ، فربما كان امتدادا لمهام قسم الترويج . ولكن الطريقة الشائعة فى تلقى الطلبات تأتى عن طريق البائعين المتجولين الذين كثيرا ما يتجولون بعرض الكتب على بائعى الكتب والمدارس والمكتبات وتلقى طلباتهم ، كما أنهم يقومون بحصر الكتب القديمة التى يتعامل بها بائع الكتب والسمى فى اعارتها ان أمكن .

البائع الذى يتجول على حساب الناشر قد يتقاضى مرتبا ثابتا أو عمولات على الطلبات التى يحققها . وغالبا ما تتشابه هاتان الطريقتان بمعنى أن يتقاضى البائع مرتبا صغيرا أملا فى أن يحقق الشطر الأكبر من دخله عن طريق العمولة ، وهى طريقة تسمى بـ « حساب الاستاذ » تحقق للبائع عمولة على كل ما يرد من طلبات من داخل المنطقة المخصصة لنشاطه ، سواء قام أو لم يقدم بحضور الطلبة .

وهذه النظرية مبنية على أساس أن وجود البائع واتصالاته المجدبة نيابة عن الناشر فى تعريف بائع الكتب بقوائم الكتب ، بجانب مقابته فى ترويج الكتاب عند بائعى الكتب فى المنطقة أدى الى الفرجاج .

ان القسم المختص فى تلغى الطلبات قد يكون له عدد من الاقلام فى محل كبير . وهذه الاقلام الخاصة قد تتخصص فى بيع الكتب المدرسية ، والمكتبات ، وفى بيع جانب كبير من انتاج الناشر ( مثل كتب الطب والقانون ) وفى مبيعات التصدير الخ . . وغالبا ما يكون للناشر اقسام خاصة بها ، ناد للكتاب أو اشترك فى مشروع للكتاب ، أو توزيع على نطاق واسع ، أو اتصالات كبيرة بطريق البريد .

### ٣ - تجهيز الطلبات وايصالها

وهذا يتطلب تغليف وشن الكتب وعمل « فواتيرها » . وقد يترأى هذا سهلا ولكنه فى الحقيقة أضخم وظيفة فى عملية نشر الكتاب .

فاذا ما تركنا جانب العمل المكتبى الضخم فى تتبع المخطط الصحيح ، ومعرفة برسم الشحن واقتناؤه لسجلات تساعد فى تخصيص قيمة الفواتير ( أو اسم وعنوان العميل الذى قد يحتاج اليه فى صفقة أخرى ، حتى لو أن ثمنها سدد فوراً ) فإن طبيعة العمل فى التعامل بالكتاب هى فى حد ذاتها ضخمة .

ان التخزين هو منبع مستمر للمشكلات لاجل اداء خدمة ممتازة للزبائن . فانه يتعين على الناشر أن يكون لديه وفر من كل الكتب فى أى وقت من الاوقات وفى الحال . ومع ذلك فإن المكان المخصص للشحن أو للتخزين دائما ما يكون محدودا ، وعلى الأخص اذا كان محل الناشر يقع فى منطقة تتميز أسعار الارض فيها بالغلاء . ويعالج الناشر هذه المشكلة بطرق شتى . احدى هذه الطرق هو أن يتفق مع الطابع على قيامه بتخزين جزء من كمية على أن يقوم بالتوريد يوميا — أن كان ضروريا — الى مخزن الناشر . والطريقة الأخرى والمعمول بها حاليا وعلى نطاق واسع فى البلاد العربية هو ايجاد مخزن للتخزين والشحن مستقل وفى بقعة رخيصة من الأرض ، وربما خارج المدينة على أن تكون وسقل النقل بالسيارات بينها وبين أماكن الشحن قريبة وسهلة .



أن التمتع الواضح في تخزين الكتب هو الخطر الذي يصيب المخزون بأضرار متعددة . إذا كان الضرر سطحياً فإن الفناء الواضح من الفهار بعد رخصاً في بعض الأحيان ما دام يتفحص الفرصة لبيع الكتب مرة ثانية ، ولكن يمكن أن تكون هناك خسائر فادحة نتيجة حدوث تلف جديد ، ويكون وجود بعض البلدان النامية في مناطق حارة حيث الحر والرطوبة وحشرات قارضة الكتب الشرهة ، وأخطار أخرى ، فانه ضروري حماية مخازن الكتب ، رغماً عن التكاليف لتوفير هذه الحماية .

طبعي ألا تكون هناك مشكلات بالنسبة للكتاب الذي تباع نسخه في الحال ، ولكن — كما سلف أن لاحظنا — فإن طبع الكتب لأجل طويلة قد تكون من الوجهة الاقتصادية سليمة في صناعة النشر .

ان من الوسائل التي تصيب الكتب بأضرار هي ( المرتفعة ) ، أي الكتب المرخص لبيعها . باعانتها بعد مدة لمجزه عن بيعها ، وفيها بعد بسطنا ملاحظتنا على سياسة الناشر بالنسبة لإباحة إعادة الكتب . يجب اتخاذ كل وسائل الوقاية كاستعمال أغشية الوقاية من الفهار ، وأحكام إغلاق الملفات ، على أن يكون الورق أو القماش المستعمل لهذا الغرض غير قابل لتغيير لونه .

من المشكلات الكبيرة والمرهقة التي تصادف تنفيذ إرسال الطلبات هي في تعدد وسائل الشحن في البلد الذي له خدمة بريدية منظمة ومتسعة وقديرة ، فإن المشكلة تنحصر في الوصول إلى قرار بالنسبة للاستمانة بالبريد أو ( بالنسبة للطلبات الكبيرة ) للشحن الإفرادي بالسبكة الحديد ، أو بوسائل النقل البري التجارية . في الأماكن التي تفتقر إلى الخدمة البريدية المنظمة فإن على الناشر أن يستخدم أفضل وسائل النبوغ . وبدلاً من أن يتجاهل المشكلة فإنه يحول العثور على وسائل إيصال الكتب إلى المستهلك بأقل سعر وبأسرع ما يمكن ، مستغلاً في بعض الأحيان وسائل نقل المجلات والجرائد ، أو الاتفاق مع شركات الامنيوس لنقل الركاب نظير أجر تولون يتقاضونه بصفة استثنائية بوسيلة ما ، فإنه يطمئن على الناشر أن يكون بعيد النظر ومتقيداً في إيجاد

وسائل لتحسين وسائل ارسال الكتب الذى ستؤدى على المدى الطويل الى زيادة حجم مبيعاته .

#### ٤ - تحصيل قيمة الفواتير

يكاد يكون صعبا لاي شخص فى بلد آخر أن يسدى للناشر نصيحة مفيدة تناول كيفية تحصيل قيمة الفواتير نظرا لأن الكثير يتوقف على الأحوال السائدة محليا عموما وعلى اتصالاته الشخصية ، والالتزامات التى يقرها قانون العلاقات التجارية فى ذات البلد ، وعلى عوامل أخرى . — الإشارة الى الملاحظات الواردة فيما بعد بالنسبة للمبيعات الاجلة كعامل وحكمة الصبر والتريث مع العميل الجاد ذى السمعة الطيبة والمعروف أصلا للناشر بسلامة معاملاته بالنسبة للأجال الطويلة بغض النظر عن مشكلاته المالية الحالية .

من الطبيعى أن ترد الطلبات مصحوبة بشتى الظروف وقى كل بلد فمن بعض العملاء الذين يكونون محل ارتياح عند الناشر - وطلبات أخرى من بائعى الكتب والذين كانوا محل ثقة فى يوم ما الا أنه ثبت فيما بعد أن معاملتهم يجب أن تكون على أساس قاعدة الدفع عند تقديم الطلب . او فى البلدان التى تطبق قاعدة ( الدفع عند الاستلام ) فى نظام البريد حيث تتاح فرصة التحايل فى الحالات غير المعروفة فيها قيمة رصيد العميل ، بالنسبة للطلبات الكبيرة المخفية فانه يمكن استعمال حوالة تسدد عن طريق المصرف ، فى بعض البلدان تطبق شركات الطيران الاهلية نظام « الدفع عند الاستلام » .

وفى هذا المقام تجب الإشارة الى البحث الوارد بالفعل رقم ١٧ والذى ريمبولسو ( *contrareembolso* ) ولكن كل هذه الطرق والتى لا بدل لها تشكل مصروفات اضافية وعطلات بالنسبة للتأجيل المنظم لمدىونية العملاء الذين اثبتوا احتياجهم لها .

وفى هذا المقام تجب الإشارة الى البحث الوارد بالفصل رقم ١٧ والذى يتطرق الى التعاون بين الناشرين فى التحرر عن الارصدة القائمة لبائعى

الكتب ، والى الجهد المشترك المبذول ، ليس فقط لتجنب الخسائر التى يمكن ان تتحقق عن طريق الديون الميثوس منها ، بل فى مساعدة بائعى الكتب ذوى السمعة الطيبة فى ان يتمكنوا من الوقوف والصمود بالرغم من افتقارهم الى السيولة المادية المؤقتة .

### العوامل المؤثرة فى البيع

بجانب تقييم الكتاب بواسطة الناس خارج اقسام البيع - كنوع الكتاب ، وسمعة المؤلف ومدى وطول الموضوع من جهة الوقت ، وشكل الكتاب ، ومدى جذب الكتاب للقارئ - فانه توجد سبعة عوامل تجارية أساسية وهامة من الدرجة الاولى :

#### ١ - سعر البيع :

لكل كتاب مشكلة تجارية فى حد ذاتها ، كما انه لا يمكن لاي من الخارجين عن هذا الحقل اسداء نصيحة مفيدة فى هذا الشأن تساعد الناشر على تحديد قاعدة الاسعار التى يجب اتباعها فى كل حالة . فى بعض الاحيان اذا بيع الكتاب بسعر ١٠٠ مليم فقد لا يحقق عدد النسخ المباعة رقما اكبر مما اذا بيع نفس الكتاب بسعر ٥٠٠ مليم ، فى حين انه يمكن مضاعفة عدد النسخ المباعة لبعض الكتب اذا خفض سعره من ٢٥٠ الى ١٥٠ مليما للنسخة .

ان هناك عنصرا يحدد قرار الناشر فيها اذا كان تخفيض سعر البيع سيؤدى فى تقديره الى زيادة حجم البيع عن الحد الواجب بالنسبة للعملاء المقترنين ، قد تكون كراسة هندسة ضرورية وهامة جدا كأداة تخصصية رغم المعيل على اقتنائها باى سعر . ومن الناحية الاخرى فان « القصة » لا تعد أداة ضرورية مع استثناء ( طلبة الاداب ) وقد يكون هناك تفاوت كبير بين بيعها بأسعار رخيصة او غالية .

وعادة هناك فكرة فى اذهان الناشرين بالنسبة للعلاقة بين سعر البيع وسعر الكلفة - وفى بعض البلدان وبالنسبة لبعض الكتب يطبق سعر

البيع على أساس ستة أضعاف ثمن الكلفة - وفي بلدان أخرى وبالنسبة لفئات أخرى من الكتب يطبق سعر البيع على أساس ثلاثة أو ثلاثة أضعاف ونصف ضعف ثمن الكلفة ، وعلى أية حال فلا يمكن اعتبار البيع منفصلا عن عدة عوامل أخرى أهمها عامل ثمن الكلفة ، ولو أنه ليس بالعامل الوحيد الواجب اعتباره .

إن طريقة التسويق قد تحد من ارتفاع السعر الى الحد الأقصى . وعلى سبيل المثال فإنه من البلاءة طرح بيع الكتب بطريقة توسعية وبسعر مرتفع للغاية ، ولكن إذا اتحد المصمم والمنتج بذكائهما الى حسن ادراك البائع فإنه في الامكان تحويل نسخ قليلة من كتب يباع بسعر مرتفع الى طريقة مناسبة للتوزيع على نطاق واسع وبسعر رخيص ، مع الاستعانة بالقواعد الذي عالجها الفصل رقم ٣ .

### علاقة السعر بالخصم :

إن سعر البيع متصل أيضا بمسألة الخصم المنوه عنه فيما يلي تحت الفصل رقم ٢ ، ومن وجهة نظر بائع الكتب فإنه يربح ٥٠ مليما من كتاب سعره ٢٥٠ مليما على أساس نسبة ٢٠ في المائة خصم يتمتع بها ، في حين أنه إذا بيع نفس هذا الكتاب بسعر ١٠٠ مليم ومنح خصم يصل الى ٤٠ في المائة من سعره فإنه سيربح ٤٠ مليما فقط . أما إذا نظرنا لهذه المسألة نظرة عكسية فلا بد للناشر ، ولغرض ارضاء بائعي الكتب ، من رفع سعر الكتاب اذا ما قرر منحهم خصما .

### الركود

لا يزال عامل آخر متصل بسياسة تحديد سعر البيع ، وهو احتمال بين النسخ ، أو على أسوأ الفروض أن يعجز الناشر عن بيع العديد من النسخ - وكما لاحظنا في الفصل الثالث فإن في امكان الناشر أن يتوقع سلفا حالة الركود ، وبالتالي مصروفات الانتاج ، وهي عوامل لها تأثير كبير في قرار تحديد سعر البيع .

## السعر المنخفض والأرباح المجزية

ومع أن شجاعة الناشر تظهر بطريقة سليمة ومفيدة من خلال قراره فى تحديد سعر منخفض للكتاب آملا فى اقبال واسع من القراء يؤدى الى تحقيق اجمالى الأرباح ، ومع ذلك غاته من الصعقة تطبيق هذه النظرية على كل نسخة متجاهلا فى ذلك الاسس السلبية الأخرى ، او التى يمكن جعلها مقبولة ، ولكن اذا أمكن تصريف الأمور الأخرى بالطرق السلبية — وخاصة طريقة التسويق — فإن الناشر سيكون قصير النظر اذا ما تمسك بالطريقة التقليدية القديمة من توزيع نسخ قليلة وبأسعار مرتفعة آملا فى ذلك ازدهار وتوسع تجارته . ان كليهما — حسابه المصرفي وشعوره بخدمة وطنه — سيحققان منفعة من خلال التطبيق السليم لسياسة الأسعار المنخفضة .

### تحديد السعر

ان بحث تحديد الأسعار لابد له أن ينتهى بتحديد السعر ، وهو فى النهاية خلاصة جهود الناشر فى أرقام تاجر التجزئة على البيع للعميل الفردى بالسعر الذى يحدده لا أكثر ولا أقل .

وعلى وجه الخصوص ، وفى الأماكن القصية ، غاته من الصعب الحصول على الكتب اللازمة (مثل الكتب المدرسية) حيث المعروف عن بائعى الكتب قيامهم باخفاء المخزون لديهم ثم عرضهم للبيع نسخة فنسخة وبسعر أعلى بكثير عن السعر المحدد . او يقابل هذا ما يقوم به بائعو الكتب فى المدن الكبرى من تخفيض السعر لمضاربة منافسيهم فى ذلك .

ان الاقتصاديين يختلفون فى الرأى بالنسبة للطريقة الأخيرة فى تخفيض الأسعار ، وقد يكون هذا الخلاف قائما بين تجار الكتب انفسهم حول ما اذا كانت هذه الطريقة سليمة — ولكن الكل متفق على أن رفع الأسعار ضار بتجار الكتب ، ويعد بالتأكيد مهزلة عند ارغام الطفل على أخذ كتب معين لتقنيه .

توجد هناك قوانين في بعض البلدان تمنع تخفيض الأسعار ، ومن العجب  
الا تكون هناك قواعد قانونية تمنع ارتفاعها ، إنه في امكان الناشر ان يسمم  
في منع زيادة السعر عن طريق :

أ - وسائل الدعاية المتعددة في التثويه بالسعر ، وكذلك في طبع السعر على  
كل نسخة .

ب - ضمان توريد الكتب وبكميات متساوية لكل منطقة لتفادي أى نقص  
حقيقى - على أن هذه الطريقة قد لا تمنع بعض المستغلين والمتأخرين من بائعى  
الكتب وفى أى مجتمع من اختلاق أزمة مفتعلة فى عدم توافر الكتب .

ج - منح بائعى الكتب خصما اضافيا يساعدهم على تحقيق أرباح مجزية ،  
وذلك عند بيعهم للكتب بأسعارها المحددة .

د - أن يمنع في المستقبل بيع الكتب للتجار الذين يرفعون الاسعار ، وهذا  
كاجراء عقابى لهم .

هـ - فى أسوأ الحالات حيث يمارس جميع الموجودين من تجار الكتب فى  
أى مجتمع سياسة رفع الاسعار ، المساعدة وتشجيع قيام محلات البيع  
بالتجزئة والتي ستعامل العملاء معاملة حسنة .

## ٢ - الخصم :

ان أرباح بائع الكتب مصدرها الفرق بين سعر شرائه للكتب من الناشر  
وما يدفعه عميل التجزئة فى محل بيع الكتب .

فاذا كان كتلب محدد سعر يبيعه على أساس ٣٠٠ مليم وقابل للخصم  
بنسبة ٣٣ ٪ فى المائة فله فى هذه الحالة يدفع تاجر التجزئة للناشر  
٢٠٠ مليم للكتاب ويتبقى له ١٠٠ مليم لتغطية المصروفات وتحقيق الربح .

ان نظام الخصم هو ما يتيح الفرصة للناشر فى توزيع اكبر قدر من الكتب  
واكثر بكثير عما قد يحققه نتيجة اجتهد شخصى - ان الخصم فى حد ذاته

يفرئ حتى رجال الاعمال الاخرين ، على مساعدة الناشر فى بيع ما ينتجه  
من الكتب لأجل كسب شخصى .

ان الخصم على العموم يميل الى الارتفاع فى البلاد التى فيها صناعة الكتاب  
متقدمة ، وذلك مرجعه الى ملازم أكثر الناشرين خبرة من شعور بأن  
الفرصة مواتية نحو دفع الغير الى مساعدتهم لتصرف الكتاب فى البلاد  
المتقدمة وفى بعض الأحيان فان الناشرين يفكرون أولا فى بيع كل ما لديهم من  
كتب بمعرفتهم لتوفير قيمة الخصم ، وعندما تكون الفرصة مواتية لتوسيع  
الأسواق ، فانهم وعلى كل حال يرون من خلال وضوح الرؤية أن الاستعانة  
بكل طرق العرض والأماكن الأخرى بجانب مجلاتهم الخاصة تحقق أكبر  
فائدة .

وحتى تكون فائدة الناشر مؤكدة من خلال اقتنائه لتجارة ناجحة فى بيع  
الكتاب بالتجزئة فى أنحاء البلاد فانه يمكن القول بأنه فى بعض الأحيان ينتاب  
الناشر شعور بأن تجارة بيع الكتاب فى المنطقة الممنوحة هى ملك لتجارة التجزئة  
فى ذات المنطقة .

وعليه فإذا ما جاءت النساشر طلبية ٥٠٠ نسخة مرسلة اليه  
رأسا من أحد المعاهد فان فى مقدوره تحويلها الى تاجر تجزئة فى المنطقة  
ذاتها . وعلى هذا فانه يخسر جزءا من الربح من هذه العملية ( وذلك لمنح  
الخصم لبيع الكتب ) . ولكنه بذلك يحقق منفعة لتجارة الكتب وعلى الأمد  
الطويل ، ولا شك أنه فى حاجة الى صديق العمر فى شخص يبيع الكتب الذى  
أدهشه وصول هذه الصفقة اليه .

وبجانب الخصم الذى يمنحه الناشر لتجار التجزئة فانه يسمح كذلك بإجراء  
خصم أكبر لتاجر الجملة الذى يوزع بدوره الكتاب على تاجر التجزئة ، وحتى  
يسدد مصروفاته ، وكذلك تحقيق ربح يتعين على تاجر الجملة المتبع بخصم  
أكبر مما يسمح به هو لبيع الكتب .

كما أن الناشرين يجرون تخفيض لفئة من المشتريين ( المكتبات - رجال التعليم المدارس ) ، ولأى مشتر يرغب في شراء عدد كبير من الكتب دفعة واحدة .

يوجد فى العالم موازين مختلفة تتناول مسألة الخصم ، كما تختلف فئات الخصم ، ليس فقط من بلد لآخر ، بل وبين الناشرين أنفسهم وفى نفس البلد . كما أنها كذلك عرضة للتغيير من وقت لآخر ، كذلك فئاته فى بعض البلدان يوجد أحيانا بين الناشرين تفاهم مخالف للعرف أو حتى اتفاق قانونى يحددون بموجبه فئات الخصم المسموح بها .

وحتى فى بلد واحد كالولايات المتحدة الأمريكية فإن القانون يحرم مثل هذا الاتفاق على أساس حماية بئامى الكتب من مناورات الناشرين لرفع الأسعار .

يحاول اغلب الناشرين ، عند اجراء الخصم المقرر ، التفرقة بين انواع الكتب ( كالكتب الدراسية مثلا ) فلا يوجد داع لتشجيع أو مكافأة بائعها وهى عرضة للتوزيع الموسمى المنظم ، وبين الكتب الاقل رواجاً والتي تشكل مخاطرة لبائعى الكتب . وبالنسبة لهذه الكتب التى تمثل مخاطرة ، كالقصص مثلا ، فربما حققت نجاحا فى البيع لو أنها وزعت وعرضت عموما بواسطة .

إن الخصم الكلى على النوع الآخر من الكتب - وهذا يتوقف على البلد - يتراوح بين ٢٥ فى المئة و ٤٠ فى المئة على الطلبات الصغيرة ويرتفع الى ٤٨ فى المئة أو حتى أكثر من هذا على الطلبات الكبيرة ، ولكن الخصم القليل على الكتب يتناول مثلا ( الكتب المدرسية ) حيث لا يتعدى الخصم ٢٠ فى المئة أو ٢٥ فى المائة لتجارة التجزئة ، بغض النظر عن حجم « الطلبة » ويمكن منح تاجر الجملة ٥ فى المئة أو أكثر علاوة على الخصم الممنوح لتاجر التجزئة . توجد هناك فئة من الناشرين لا يلتزمون بتطبيق قاعدة خاصة عند اجراء الخصم بالنسبة لتجار الجملة والتجزئة الذين يتقدمون بطلبات كبيرة على أساس أن مثل هذه الطلبات لا يتقدم بها عادة الا تجار الجملة .



وقد يمنح الناشر خصما اضافيا على المبيعات المصدرة لتجار التجزئة فى بلد آخر ، بالإضافة الى عمولة تدفع لوكلاء التصدير .

اما بالنسبة لمبيعات الناشر المباشرة للأفراد أو المعاهد فقد تخضع لخصم مقداره ١٠ فى المائة أو حتى ١٥ فى المائة لرجال التعليم والمكتبات ويطلق عليها ( خصم ثقافى ) — وقد يكون هناك فئات خاصة أخرى ، وكثيرا ما تكون جداول الخصم لبعض الناشرين فى غاية التعقيد حيث لا تكفى صفحتان أو ثلاث لطباعتها . ومهما تكن الحال فان هذا التعقيد غير محبوب ولا ننصح به .

يوجد العديد من المسائل الخاصة التى يجب على كل ناشر التفكير فيها عند تحديد جداول الخصم ، وأهم هذه المسائل هى :

١ — خصم كاف يفرى بائع الكتب ومفر جدا فيما يتعلق بالكتاب الذى لا يلقى حركة بيع منتظمة عن مثيله الذى يباع بكل سهولة .

ب — عدم التفرقة فى المعاملة المعادلة بين بائعين من تجار الكتب اللذين يخوضان حقل المضاربة بالسعر — والذى يرغب الناشر فى الاحتفاظ بصداقة كليهما .

### ٣ — البيع بالأجل

بالإضافة الى أسعار البيع والخصم السابق شرحهما يوجد هناك عامل هام مؤثر فى حركة البيع بالأجل . وهو سؤال يطرح نفسه ويتساءل عن طول المدة التى يسمح بها الناشر للبائعين ، مثل تجار التجزئة والجملة ليقوموا بعد انقضائها بسداد قيمة الكتب السابق توريدها لهم .

ان البيع بالأجل له حسناته ، سواء للناشر أو لتاجر الكتب — فانه ينشط حركة البيع للأسباب الآتية :

١ — يسمح لتاجر الكتب ذى رأس المال البسيط ، أو الذى لديه نقص فى السيولة بطلب الكتب على أمل بيعها وتحصيل قيمتها قبل مبلارته بسداد استحقاقات الناشر .

ب - يساعد بائع الكتب الذى يكون مقره بعيدا حيث يستغرق وصول الكتب اليه اسابيع بل شهورا من تقييد راس ماله .

ج - تشجيع تجار الكتب على الاحتفاظ برصيد طيب من الكتب حتى لوادى هذا الى الانتظار طويلا لبيعها الى الطالبين - وعلى هذا الاساس الاخير فكثيرا ما يسمح الناشر بمنح خصم اضافى على الطلبات المشككة كرسيد كما يسمح بوقت اضافى بالنسبة لسداد ما يباع بالاجل .

تنظم حسابات الناشر بالنسبة للبيع بالاجل مع مرور الوقت ، وهذا الحساب يؤخذ فى الاعتبار الكلى عند تقدير قيمة الكلفة فى اثناء تحديد اسعار البيع - هناك ثلاثة ابواب للصرف مترابطة :

١ - عائد راس المال المقيد خلال انتظار الناشر تحصيل « فواتيره » .

ب - الخسائر الحقيقية الناتجة عن عدم تحصيل الديون .

ج - قيمة النفقات الادارية الناتجة عن السماح بتأخير سداد المستحقات - ولكن قد يكون سعر البيع مجزيا فى حالة ما اذا كان نظام البيع بالاجل سليما .

وتختلف الشروط كلية فى مختلف البلدان ، وفى بعض الجهات فان نظام البيع بالاجل يشكل خطورة بالغة فى الوقت الحاضر عندما تتطور تجارة الكتاب وتصبح اكثر ممارسة ، وبالتالي يدرك بائعو الكتب خسائرهم اذا ما اساءوا استغلال ثقة الناشر .

ان نظام البيع بالاجل يصبح مقبولا - وتأتى الخطورة الاخيرة - وكما هو حاصل فى البلاد الغربية عندما يتعاون الناشر فى الحقل متلمسين الخطوط المقترحة بالفصل رقم ١٧ .

#### ٤ - مزايا المرتجعات

الكتب التى يشتريها البائع من الناشر تمثل نسبة ضخمة فى استثمارات بائع الكتب ، ولكنها ربما ظلت بدون بيع ، وربما انخفض رصيد موزع

الكتب فى البنك مما قد يشعره بأن هذا الاستثمار المثل فى المخزون من الكتب القديمة يمنعه من استغلال هذه الاموال فى كتب جديدة .

ولذلك يقمى الموزع احيانا أن يتمكن من ارجاع بعض هذه الكتب الى الناشر .

ومن وجهة نظر الناشر فانه يقمى ايضا أن تصبح جميع الكتب المبعة قد بيعت نهائيا وانه ليس هناك اى مردودات منها اطلاقا .

وفى معظم دور صناعة الكتاب يجرى دائما نوع من الموازنة بين مركزى كل من الناشر والموزع .

واحيانا تتحدد قيمة المرتجمات التى يردها الموزع للناشر بنسبة مئوية فى نهاية العام .

ولا ننصح باتباع الطريقة التى لا تحدد بوضوح حدود هذه المرتجمات ، سواء بالزيادة أو بالنقص لانها تنشئ مشكلات معقدة للناشر . وتشكل هذه الصعوبات اكبر المتاعب بالنسبة للكتاب الجديد اذا تصور الموزع أن بإمكانه رد اى عدد من النسخ لم يتمكن من بيعها نتيجة تهوره عند طلبها . كما انه سيتحمل نفقات نقلها واعادتها فى كلتا الحالتين .

واذا تعدد موزعو الكتب الذين يسحبون الكتاب نتيجة ذلك التصرف فان الناشر قد يظن أن جميع النسخ قد بيعت ، وربما أمر باعادة الطبع ثم يفاجأ بعد أسابيع تالية بهذه المرتجمات تتهاى عليه بعد أن يكون قد صرف أمواله فى تلك الطبيعة .

وتشكل عملية المرتجمات خطرا فى الانتاج الواسع للكتب ، اذ تصل احيانا نسبتها الى ٥٠ فى المائة فى بعض الكتب .

وهناك نوع من المرتجمات التى تعتبر قبول الناشر لها منطقيا ، وهى مرتجمات الكتب الدراسية التى كانت مقررة ، واستبدلت بغيرها من

الطبعات المنقحة او المعدلة . كما ان معظم الناشرين يقبلون ارتجاع الكتب الزائدة التى سبق طلبها خصيصا للمعرض فى امكن العرض العامة .

## ٥ - ترويج الكتاب

هدف الناشر من حملة ترويج الكتاب وتشجيعها مع ثقة البائع فى نجاح هذه الحملة بقدر الامكان تلعب دورا هاما فى تحديد طلبات الموزع من هذه الكتب .

والدعاية للكتاب من أدق العوامل التى تؤثر فى المبيعات عن طريق التأثير المباشر أو بطريق تأثيرها فى بائعى الكتب أنفسهم .

وقد نوقش هذا الموضوع فى الفصل التالى .

## ٦ - الخدمة

كذلك تلعب الثقة التى يرتكن اليها البائع فى الخدمات التى يؤديها الناشر دورا هاما . والمقصود بالخدمات هى دقة تنفيذ طلبات البائع والعرض على تغليفها عند تصديرها منما لتلقفها ، وتغادى الوقوع فى أخطاء عند قيد « الفواتير » أو بوالص الشحن ، ومدى الاستجابة لآخطار البائع أولا فأولا بالكتب الجديدة التى تصدر ، وتقدير الناشر للموزع فى توصيل اعلانه بجدية ، وبصفة عامة ما يشعر به البائع من مدى تجاوب الناشر معه فى تفهم مشكلاته وتقدير ظروفها واحساسه برغبة الناشر فى خدمته قلبيا .

## ٧ - التوقيت

وضع جدول زمنى للكتاب له أثره فى البيع ، فإذا كان انتاج الكتاب سيمتد فى سنة كاملة فيجب أن يؤخذ فى الاعتبار حساب الوقت اللازم لآخراج الطبعات المستخدمة فى الحملات الاعلانية للكتاب ، وكذلك يجب مراعاة العوامل الأخرى المتعلقة بالانتاج حتى يتحدد تاريخ نشر الكتاب . ويرتبط ذلك بعملون أقسام الإنتاج والبيع التى نناقشها فيما يلى .

## التعاون مع الأقسام الأخرى

قسم المبيعات الناجح هو الذى يتعاون بتقارب تام مع جميع الأقسام الأخرى بدار النشر . والعاملون بهذا القسم يجدون مصالحهم مترابطة مع أعمال الآخرين بباقي الأقسام ويجب أن يعملوا ملتصقين بهم كما يتضح ذلك من الأمثلة التالية .

### التحرير

إذا لم يرق المسئولون عن أعمال التحرير بانجاز كتب تلقى تجاوبا مع الجمهور فإن مهمة رجل البيع تصبح صعبة لتوزيمها .

وفى حقل الكتب الدراسية فإن الاتصال المستمر بين رجال البيع ووزارات التربية والتعليم يكون لديهم فكرة عن نوع الكتب المطلوبة .

وعلى مر السنين أصبحت الكتب الدراسية تحبل التطوير الذى ينقله إليها رجال البيع فى دور النشر .

وفى الواقع يعتبر رجل البيع هو المحرك لأعمال التحرير حيث يلمس التغيير فى المناهج وطرق التدريس الجديدة ويساعد على فتح آفاق فى الجديد من كتب التدريس .

والمحروون المعتلاء هم الذين يستجيبون لآراء رجال البيع ، وكذلك يقيدون رجال البيع بأفكارهم ومحتويات كتبهم حيث يسهلون لهم مهمة تعريف المشترين بمحتوياتها وهكذا .

وفى دور النشر الصغيرة يسهل تبادل الآراء والعناية بما يقيد منها ، أما فى الدور الكبيرة فيجب أن تتخذ الخطوات لإيجاد هذا الترابط وتبادل الآراء خاصة ، وأن معظم رجال البيع يسافرون بعيدا وأحيانا للخارج ، وقد يبقون فترات بعيدين عن دار النشر .

وأحدى وسائل تبادل الآراء هى عقد « ندوات بيومية » حيث يتم عقدها مرتين أو أكثر خلال السنة وتستغرق عدة أيام كل مرة — وحيث يستعدى

جميع البائعين من مراكزهم وحتى الذين يرحلون ينظم ذلك خلال فترة وجودهم بالوطن .

وفي هذه الاجتماعات يقوم رجال التحرير بعرض الجديد من محتويات كتبهم على رجال البيع . ويشرحون أهداف كتبهم وطبيعتها ونوع القراء الذين يستجيبون لهذه الكتب . وكذلك يوضحون الفرص المواتية للبيع وما تحويه حملات ترويج الكتاب عن واقع المخطوطات التي يطمعون عليها .

ويحاول رجال التحرير اجتذاب تعصب رجال البيع ويصبحون هم بائعين لأفكارهم من محتويات الكتب لرجال البيع .

### التصميم والإخراج

أشرنا في الفصلين السابقين الى مصلحة قسم المبيعات في العمل الذي يؤديه كل من المصمم والصانع .

والمنظر العام للكتاب هو من أهم عناصر ترويجه، وكذلك سعر البيع الناشء من كلفة الإنتاج أكثر من ذلك أهمية .

ولذلك فإن مواهب كل من المصمم والطابع تنشئان عنصرا هاما ملموسا من أهم العناصر الاقتصادية التي تعاون البائع على توزيع الكتاب .

والعكس فإن المصمم والصانع يرتكبان على ما يدلى به قسم المبيعات من معلومات لإمكان إخراج أفكارهما .

ولهذا فإن مصلحة المتعاملين مع قسم المبيعات ليست فقط في الحصول على الإيراد الذي يحققه ولكنها أيضا لازمة للمصمم والطابع .

وكما سبق أن اقترحنا فإن عمليات الطباعة إذا لم يتوصل قسم المبيعات الى طريقة خيالية لتوسيع الأسواق وتوزيع أكبر عدد من نسخ الكتب ، فإنه يكون مستحيلا من الناحية الاقتصادية استخدام مشروعات المصمم في الطباعة .

واخيرا فان اهم النقط التى تهتم مصالح رجال البيع ومنتجى الكتب هى  
الجدول الزمنى للانتاج .

فالكتاب الدراسى الذى لزم لبدء العام الدراسى ، اذا تأخر انتاجه فقد القوة  
الكافية فى تجارته اذا تم انتاجه بعد ابتداء الدراسة . وكذلك اذا كان الكتاب  
من التراجم عن حياة احد السياسيين المرشحين للانتخابات اذا تأخر اصداره  
فقد قيمته البيعية خاصة اذا سقط المرشح فى الانتخابات وغير ذلك كثير من  
الأمثلة التى يمكن سردها .

والتوقيت عنصر ضرورى ، ليس فقط بالنسبة لتاريخ النشر ، ولكنه ايضا  
ضرورى لكى يحصل كل من قسمى المبيعات والدعاية على الوقت الكافى قبل  
صدور الكتاب للحصول على طلبات الشراء وما يستدعى ذلك من اجراءات  
خاصة بامتصاص اوامر صرف من المخازن وطبع النشرات واعداد برامج  
الاعلان بالاذاعة وكل ما تطلبه وسائل الاعلان عن الكتاب الجديد .

والتوقيت بالنسبة لاعادة الطبع كذلك ضرورى من وجهة نظر الكتاب المربح  
فكما هو الشأن فى طباعة النسخة الاصلية . فاذا كانت حملة الدعاية ناجحة  
فان الكتاب ينشط توزيعه ويبيع بكميات ضخمة ، واذا تأخر طبع الكتاب  
عن الموعد المحدد فان مجرد كلمة واحدة للدعاية تصبح ذات اثر سئى اذا  
لم تتحقق الكلمات التى قيلت ولم يتمكن الموزع من تحقيق طلبات الشراء  
ويخيب أمل كل من عمل على انتاجه .

### ترويج الكتاب

فى معظم دور النشر يمالج هذا العمل كجزء من اعمال قسم المبيعات ويكون  
مدير ادارة الاعلان تحت رياسة مدير قسم المبيعات .

وفى الحالات التى يكون فيها قسم الاعلان مستقلا فمن الضرورى أن يكون  
العاملون بهذا القسم من اكثر الناس ارتباطا والتصاقا بالعاملين بقسم  
المبيعات - ومشتتالو العلاقة بين القسمين فى الفصل التالى .

## المحاسبة

تقسم الحسابات يهتم دائما بقسم المبيعات لأن رجاله هم المنتجون للإيراد الذى يغطى المصروفات ، ويعتمد رجال البيع على قسم الحسابات الذى يوافيه من السجلات بالبيانات التى ترشددهم ، الى تحصيل الذممات ولتنظيم حملاتهم البيعية .

### بحث الأسواق من واقع سجلات المبيعات

يمكن لقسم الحسابات ان ينقلب الى مركز مخابرات بالنسبة لرجال البيع .  
فى امكانه بجانب اعطائه اجمالى المبيعات أو المصروفات - الخ عن كل كتاب ،  
الادلاء ايضا ببيانات عن انتشار الكتب فى بعض المناطق ، اوفاعلية رجال  
البيع الاقليميين ومدى توسع او انكماش نشاط بعض موزعى القطاعى ...  
الخ .

وبالنسبة لبعض دور النشر الكبيرة أصبح من الميسور استخدام المعدات  
الالكترونية فى بعض البلاد - سواء لغرض الاسراع فى تلبية الطلبات أو  
لاغراض أخرى منها نقطة تمهنا هنا وهى دراسة الأسواق واعطاء البيانات  
اللازمة للاستخدام مستقبلا .

ومعظم الناشرين فى البلاد النامية لا يعتبر استخدام المعدات الالكترونية  
اقتصاديا بالنسبة لهم فى المستقبل القريب حيث ما زالت تقوم الاعمال يدويا  
او بواسطة معدات غير متطورة تقوم بخدمة البائمين والمحررين باعطائهم  
البيانات اللازمة للتخطيط للمستقبل .

والمشكلة اكبر من أن تعالج هنا ، ولكن يمكن الاستفادة من العمل اليدوى  
ببساطة بطريقة منتجة بدلا من الانتظار لاستخدام الآلات الالكترونية .

فمثلا صورة اضافية بالكربون من كل فاتورة يمكن تسليمها لقسم المبيعات  
لاستخدامها بطريقة ما . ويمكن استخراج ما يلزم يدويا ولاغراض جغرافية ،  
او للمواد ، او لأنواع المبيعات ... الخ .



كما انه قد يكون من المفيد أن يستخدم قسم المبيعات المبادئ المعروفة في دراسة الأسواق وتقدير حجم الأعمال . فإذا افترضنا أن ناشرا من ماليزيا حاول إنتاج كتاب عن الرياح الموسمية ورجب المؤلف استخدام خبراء في الطقس وعلماء آخرين ولكن عندما يتعرض الكتاب عن الحقائق المدمرة التي تسببها الرياح الموسمية فإن قسم المبيعات من الواجب عليه أن يسجل في نسخ الطلبات أن شركات التأمين والمحامين الذي يتناولون قضايا أضرار الرياح الموسمية ويطبقون دعاوى ضد شركات التأمين يظهرون ترحيبا بموضوع الكتاب .

وعلى ذلك فيمكن أن تكون حملة الدعاية موجهة مباشرة بالبريد لهؤلاء المحامين وهذه الشركات .

وبهذه الطريقة يصبح هذا العمل لمصالح النشاط ربما لوقت ليس قصيرا ولكنه يعاون الناشر أملا في الربح . والدراسة الدقيقة للطلبات قد تدفع الناشر لفكرة جميلة تكون سببا في مبيعات إضافية .

### العمل الجماعي في دار النشر

من السهل أن يعمل جميع الموظفين بدار نشر صغيرة كفريق واحد ولكن في دار النشر الناجحة تتسع الأقسام وتتعدد وتستقل عندما تخرج للوجود ، مما يجعل الترابط صعبا وفي نفس الوقت يصبح من أهم الأمور إيجاد هذه الصلات بين الأقسام .

ويعتني قسم المبيعات أكثر من غيره عندما تتسع رقعة هذه الصلات أو ينعدم روح التعاون للمصلحة العامة .

والخطر الأكبر الذي يتطرق لأذهانتنا يدور حول قسم المبيعات ، ومن ثم عدم قدرته على التعاون مع الآخرين ، ولكن الخطأ أن ننظر لعمله كأهم قسم باعتباره الذي يجب المال للمشاة .

وهذا صحيح باعتبار أن باقى الأقسام لا يمكنها الاستمرار بدون المبيعات، ولكن يجب أن يدرك رجال المبيعات أدراكا كاملا وسلامة المشروع ، أن باقى الأقسام يجب أن تعمل متناسقة معا كفريق واحد .

ولذلك فمن الأمور الضرورية جدا أن يتعاون الجميع بروح صداقة حتى تتكاتف جميع الأقسام لاتجاح دار النشر ، والا فلا مناص من كارثة تحيق بها .



## الفصل التاسع

# الترويج للكتاب : تخصيص الناس على شراء الكتاب

ان لفظ ترويج يتضمن كل الوسائل التى يستعملها الناشر لى يبنى العالم أن كتابا ما موجود ، ويجعل الناس يريدون شراءه .

والترويج هو ميدان نشر الكتب ، الذى يأتى فيه الفكر المتخيل والتيقظ والفراهة بأسرع وأكبر المكلفات .

ان المحرر قد يحتاج الى سنوات قد تطول وتطول لى ينشئ مخطوطا انبثق من فكرة خلاقة من لدنه ، ولكن رجل ترويج الكتاب قد يرى فى أسابيع معدودة ، بل فى أيام معدودات ، النتائج السارة البارة لفكرة جديدة ابتدعها عن طريقة اعلان كتاب للجمهور .

والترويج من نوع ما . أيا كان ، هو التزام على الناشر حيال أى كتاب يصدره ، فاذا تقاعس عن اتخاذ خطوات قوية لاعلام الناس بالكتاب ، ولمساعدة القراء المناسبين لذلك النوع من الكتاب على أن يفهموا لماذا ينبغي لهم شراؤه ، فما هو الفرق عندئذ اذا كان المؤلف قد قام بنشر الكتاب بنفسه ؟  
والحاجات المطلوبة لترويج أى كتاب على حدة ، تختلف عن حاجات ترويج أى كتاب آخر .

وليس فى وسع أحد ان يقول ، بصفة عامة ، ما هو بالضبط ذلك المزيج من طرق الترويج الذى ينبغي استعماله لكل الكتب .

ان ميزانية الترويج نادرا ما تكون قادرة على أن تشمل كل الأشياء التي في  
الوسع عملها ، بل وحتى بالمقدار اللازم لكل بند من البنود المختارة وفقا  
للأمد التي يتوق إليها المرء .

لزام على مدير الترويج أن يقرر ، بالنسبة لكل كتاب ، كيفية استخدام المال  
الموجود المخصص للترويج على أحسن نحو متاح .

وبهذه المناسبة، فمن المعتاد تخصيص ميزانية للترويج الأولى (حوالي ١٠  
في المئة من دخل البيع المتوقع من الطبعة الأولى ) والا ينفق أكثر من ذلك  
حتى يتثبت بالبيئة أن الكتاب قد « غمزت سنارته » وأن مبيعاته سوف  
تتجاوز الطبعة الأولى .

وسوف نصف في هذا الفصل عددا من أنواع الترويج التي يستعملها  
ناشروا الكتب في أغلب الأحيان في مختلف الدول .

وكل نوع من هذه الأنواع أو الطرق قد تكون نافعة بالنسبة لكتب معين .  
والبعض الآخر ، وان كانت قيمة لبعض أنواع الكتب ، الا انها عديمة  
الجدوى على الإطلاق لغيرها .

ومهما يكن من أمر فثمة ستة بنود للترويج ، من المرجح أن كل ناشر خليق  
بان يستعملها لكل كتب :

- ١ - الرداء أو الغلاف المطبوع للكتاب ذاته .
- ٢ - نسخ التكريظ للصحف والمجلات .
- ٣ - نسخ التقديم لأفراد مختارين .
- ٤ - إخطار وإبلاغ أصحاب مهنة الكتب .
- ٥ - اتصالات قسم البيع بالمكتبات والمدارس ، الخ .
- ٦ - الإعلان المطبوع ، على أي نحو .

وسوف نتناول بالتعليق والشرح هذه الطرق الخاصة بالترويج وغيرها •  
ولكن القارئ ، خليك بأن يفكر ، لا ريب ، فى إمكانات أخرى تتناسب بلده بصفة  
خاصة ، او نوع النشر الذى يتخذ سبيله .

## ١ — الرداء او الغلاف المطبوع

ان رداء الكتاب او غلافه المطبوع ، قد لا يكون أكثر من لائت « لاصطياد  
العين » • ولكن اذا تم اصطياد شغف الزبون ولفت اهتمامه ، فهو يريد أن يعرف  
أكثر عن ماهية الكتاب ، ومن هو مؤلفه ، ورأى جهازة النقاد فيه ، الخ .

ان اعطاء هذا الضرب من المعلومات هو الذى يجعل صياغة كلمات  
الغلاف ( « الغشاء » كما يسمى فى الولايات المتحدة الامريكية ) ذات اسهام  
هام فى بيع الكتاب •

وكان ثمة زمن ، لا يزال بعض الناس يخشون أنه لم يذهب تماما الى غير  
رجعة ، عندما كان بعض الناشرين يحسبون أن من السداد وضع عبارات  
متطرفة على « الغشاء » ، مستعملين الصفات القاقعة اللون والتهاول البارزة ،  
ومغالين فى خلق التعموت والسجاياء الى اقصى درجات الاسراف ، على الكتاب  
ومؤلفه .

وبصفة علمية ، فان العبارات البسيطة الامينة الصحيحة المسئولة هي  
احسن وخير ما يتبع فى غشاء الكتاب .

ويمكن أن يقال نفس الشيء بصفة عامة بالقياس الى الرسوم والنقوش  
الفنية • فعلى الرغم من أن الغرض هو جذب الانتباه للكتاب ، الا أن ذلك لن ينال  
بالضرورة باستعمال حروف كتابية كبيرة دارجة مبتذلة او الوان زاهية  
مبهرة للبصر .

ان الرسم الفنى ينبغي أن يثير احياء امينا بنوع الكتاب ، تلمها مثلها ينبغي  
أن يصفه ما على الغشاء بأمانة فى كلمات تتسم بطبع ما قل ودل .

## ٢ - نسخ التقرير

ان الاستعمال الحكيم لنسخ التقرير خليق بان يكون واحدا من احسن وأرخص ضروب الترويج .

ويمكن ارسال نسخ التقرير للصحف والمجلات ، وكتاب أعمدة الصحف ( اذا كانوا يعلقون على الكتب بانتظام ، أو اذا كان لديهم اهتمام بموضوع الكتاب ) ، وإلى أصحاب برامج استعراض الكتب فى الاذاعة والتلفزيون .

على أن قائمة من يتسلمون النسخ ينبغي أن تعد طبعا بكل دقة مقدما، مع الاستماعة بمعلومات ، ليس فقط قسم البيع ، ولكن أيضا ( بالنسبة لزوايا خاصة متعلقة بالكتاب نفسه ) قسم التحرير والمؤلف ذاته .

ثم تحفظ القائمة ، ويعد طبع الكتاب بفترة قليلة ، تراجع للتثبت من المصادر التى تنشر تقريرا للكتب فعلا .

وليس من المتوقع أن نجد فاحصا أو مراجعا أو مقرضا ينشر تعليقا على كل كتاب يطلّاه ، ولكن اذا أرسل اليه كتاب بعد كتاب على نحو موصول دون أن ينشر أى تقرير أو نقد ، فلا جناح من حذف اسمه من القائمة للمستقبل .

ومن ضروب التعاون بين الناشرين المذكورة فى الفصل السابع عشر ، هو الجهد المشترك الساعى لاقتناع ناشرى الصحف ومديرى محطات الاذاعة والتلفزيون لتخصيص مساحة أكبر أو وقت أطول لتقرير الكتب ، اذا لم تكن عندهم هذه الأقسام فعلا .

على أن عدد النسخ المرسلة للتقرير يتوقف على عوامل كثيرة ، بما فى ذلك حجم البلد ، ونمط لغته ، وعدد وسائل التوزيع فى البلد ، ونوع الكتاب ، وحجم النسخة ، الخ .

ففى بلد كبير جدا مثل الهند ، يصدر مطبوعات كثيرة ، وعنده عدد ضخم من السكان يتمتعين الوصول الى سمعه وبصره ، فان عدد نسخ تقرير كتاب ما

منشور بالانجليزية لابد أن يكون كبيرا جدا ، لأن اللغة واسعة الانتشار جدا بين قراء الكتب في طول البلاد وعرضها .

وتنطبق نفس الظاهرة على كتاب بالبرتغالية في البرازيل .

ومن جهة أخرى فإن عدد نسخ التقرير من كتب يصدره نشر هندي باللغة الجبوجيرانية خليق بأن يكون قليلا .

ومن الصعب تصور أى كتاب في لغة ، يكون فيه عدد نسخ التقرير المطلوبة أقل من عشر أو اثنتى عشرة نسخة . والعدد المتوقع الطبيعي يتراوح بين ٢٥ و ٢٠٠ .

ولا جناح علينا فى هذا السياق من اضافة كلمة عن كيفية تقاضى محاسبى الناشرين لثمن نسخ التقرير من قسم الترويج .

ثمة طريقة ، ليس فيها حساب على الإطلاق : ذلك ان عدد النسخ المزمع استعمالها للتقرير يتقرر قبلا ثم يخصم هذا العدد من مجموع الطبعة عندما يعد قسم المبيعات كم نسخة ستباع ، ومقدار الدخل الوارد منها اذا بيعت .

وعلى هذا الاعتبار ، فاذا كان ثمة مائة نسخة مجانية للتقرير من كتاب طبع منه خمسة آلاف نسخة ، فإن ارقام الدخل تحسب على أساس البيع المزمع لاربعة آلاف وتسعمائة نسخة فقط .

اما فى ظل الطريقة الأخرى لتقاضى ثمن نسخ التقرير ، فإن ميزانية التقرير تحسب عليها نفقة الكلفة الفعلية للنسخة الواحدة .

## ٢ - نسخ التقديم

هذه الطريقة الهادفة للترويج ، والتي تشبه الى حد كبير طريقة نسخ التقرير ، انما هى وسيلة للترويج المجائى عن طريق اثاره اهتمام الأشخاص البارزين ممن لارائهم وزن عند الجمهور . وعادة ما ترسل نسخ التقديم مع بطاقة شخصية من المؤلف أو الناشر ، وغالبا ما تحترق التماسا بالتعليق على



الكتاب • والمتسلمون لمثل هذه النسخ ، يمكن أن يكونوا طائفة من بين طوائف عديدة مثل :

١ - قادة الرأي العام في الحياة المدنية أو الفكرية .

٢ - العلماء ممن يعتبرون حجة خاصة في مادة موضوع الكتاب المعين •

٣ - الشخصيات الهامة في التربية ، أو أعمال المكتبات وأضرابهم ممن يؤثر حسن رأيهم في الكتاب على من يملكون البت في اختيار الكتاب ضمن الكتب الدراسية أو ضمن المراجع في المكتبات ، الخ •

٤ - باعة الكتب الرئيسيين من أصحاب الحول والطول بصفة خاصة ، والذين هم خليقون بأن يكونوا زبائن طيبين للمكتبات إذا راق لهم •

٥ - محررو الصحف الذين قد يهتمون بكتابة كلمة أو تعليق على موضوع الكتاب •

وإذا كان اعداد قائمة من ترسل اليهم نسخ التقرير ينبغي أن تراعى فيه الدقة ، فان اعداد قائمة نسخ التقديم ينبغي ان يكون أكثر دقة حتى لا تتبدد نسخ بلا فائدة .

وينبغي اعطاء اهتمام خاص للاقتراحات التي يقدمها المؤلف في هذا الصدد ، ذلك أن اقتراحاته خليفة بأن تكون ذات قيمة كبيرة ، وان كان أحيانا يجنح الى اعتبارات الصداقة والالتزامات الشخصية أكثر مما يضع نصب عينيه مقدرة متسلم الكتاب في الترويج للكتاب وشد أزر بيعه .

أما حساب ثمن نسخ التقديم فيمالج بنفس الطريقة التي سبق وصفها بالقياس الى نسخ التقرير •

بيد أن عدد النسخ المخصصة للتقديم يتفاوت تفاوتاً كبيراً أكثر من نسخ التقرير •

وغنى عن البيان انه بالنسبة لبعض الكتب ، وقليل ما هي ، غلبت ثمة ما يدعو الى نسخ تقديم في الواقع ، وأما بالنسبة لبعض كتب أخرى فقد يدعو الأمر الى تقديم المثلث منها .

وفي بلد كبير زاهر بمكتبات بيع الكتب ، فمن المعلوم أن الناشرين يذهبون الى مدى استعمال النسخة كمينات للقراءة معطونها لبائعي الكتب عندما يشعرون أن الكتاب ييشر بسوق رابحة اذا شد أزره بائعو الكتب ودفعوا به قدما ، حقا .

أما نسخ الكتب الدراسية فتقدم حسب قواعد تختلف اختلافا تاما عن القواعد المتبعة مع كل أنواع الكتب الأخرى ، وذلك بسبب « استخدامية » « نسخ الفحص المجانية » للمعلمين الذين يفحصونها بقصد تقريرها في قاعات الدرس .

وسوف نتناول هذه المسألة بمزيد من الشرح والتفصيل في الفصل الحادي عشر .

#### { — الإعلانات التجارية

ليست الإعلانات التجارية وحدات ترويجية تدرج ضمن بند الترويج ، بقدر ما هي « لافتات توضع على لوحة اعلان » تقول للملا من أبواب حرفة الكتب أن كتابا ما وشيك النشر في تاريخ معين ، بثمن معين ، وبخضم معين من سعر الغلاف .

وبالنسبة لبائعي الكتب المقتظنين النشطين ، فإن هذا النوع من الاعلام الاساسي هو في الواقع من الأمر ضرب من الترويج ، لأنهم خليقون بأن يكون رد الفعل لديهم هو طلب الكتاب .

ولكن الاعلام الرئيسي لأهل الحرمة نافع أيضا للرجوع اليه فيما بعد ، لطلب المزيد من الكتب عندما تنفذ الكمية الأولى ، وكذلك للإجابات عن الأسئلة التي يسألها الزبائن عن كتاب ما ، دون أن تكون لديهم المعلومات الكاملة عنه .

ومعظم الناشرين في معظم الدول يصدرن ما يسمى بقائمة « أهل المهنة » ،

مرتين على الأقل في السنة ، حاوية للمعلومات الأساسية عن كل كتبهم  
الآتية ، كما أن القائمة تذاع على جميع أهل المهنة برمتهم .

والخطوة التالية بعد ذلك هي « اعلان موسمى » ( ويسمى «موسميا» لأن  
الاعلان يوقت ، وهذا أمر متوقف على المادة الجارية فى البلد المعين ، مع مطلع  
الربيع أو الشتاء ، وهلم جرا ) .

وهذه القائمة هي كتيب صغير فى شكل « كاتالوج » غالبا ما يكون مزودا  
بالرسوم والشروح ، وهو لا يقتصر على مجرد سرد قائمة الكتب ، وانما  
يرصعها بالوصف ، كما انه يكون بمثابة المروج الفعلى للكتب المزمع نشرها .

وعلى خلاف « النشرة التجارية » التى لا تذهب فقط الا لأهل المهنة ،  
فان « الاعلان الموسمى » يستعمل ايضا على أوسع نطاق متاح لكى يرسل بالبريد  
المباشر على سبيل الاعلام والاعلان . ( انظر القسم ٧ فيما يلى ) .

وبالاضافة الى القوائم والنشرات الدورية المزودة بالمعلومات عن قائمة الكتب  
برمتها ، فان الناشرين عادة ما يصدرن نوعا من الاعلان المنفصل عن الكتب،  
كتابا كتابا ، مفردة ، ابا ن طبعتها ، أو قبل ذلك بأسابيع قليلة .

ولعل من أهم الملاحق المكملة للمادة المطبوعة التى يرسلها الناشر بنفسه  
هي السجل المهنى — فى بلد من حسن حفظه أن يوجد فيه ذلك النوع من  
السجل — الذى يحمل قائمة أساسية بكل الكتب الجديدة لكل الناشرين .

وهذا تيسير خاص ينفع بأئسى الكتب ، الذين ما عليهم الا أن ينظروا فى جزء  
معين بالذات من السجل ليحصلوا على المعلومات اللازمة عن كتاب جديد .

وفى بعض الدول ، قد توجد سجلات من هذا النوع تخصص للمكتبات بحيث  
يستطيع الباحث أن يجد فيها بغيته فى أى مكتبة قريبة منه اذا شاء .

وهنا أيضا ، فان نوع التعاون المنشود ، المذكور فى الفصل السابع عشر ،  
خليق بأن يتضمن الجهود المشتركة لانشاء سجل تجارة الكتب أو سجل مكتبات  
انما لم يكن ثمة هذا وذلك بالفعل .

## ٥ — اتصالات قسم البيع

مهما تبلغ كل الوسائل الترويجية الأخرى من الفلاح والفاعلية ، فليس ثمة بالبديل للاتصالات الشخصية التى يقوم بها ممثل الناشر ، بزيارة بقى الكتب والمدارس والمكتبات .

وقد ينظر الى هذه الوسيلة ، وهذا امر معقول ، على أنها جزء من عمل البيع الذى سبق وصفه فى الفصل السابع ، أكثر مما هى عملية ترويج . ولكنها فى الواقع من الأمر نوع من الترويج فى حد ذاته .

وعلاوة على ذلك ، فان البائع هو حامل لقطع الترويج المطبوعة التى يضمها فى يد الزبون .

وثمة سبب خاص لكى تكون قطع الترويج المطبوعة موجودة فى وقت مبكر ، هو أن تكون فى خدمة البائع عندما يقوم باتصالاته الشخصية وزيارته لمن يعينهم الأمر .

والأنفع من ذلك كله طبعا ، هو نسخة جاهزة من الكتاب كله .

بيد أن مجرد حجم نسخ العينات من كل الكتب الجديدة فى موسم معين قد تكون فوق طاقة حمل أى بائع .

فاذا كان طبع النشرات الدورية والأغلفة قد أحكم ، وتم تدبيرها وتخطيطها ، فان فى وسع البائع أن يحملها معه .

ثم هنالك اعتبار آخر ، فلكون البائع قد يكون العضو الوحيد من هيئة موظفى الناشر الذى يزور المناطق القمية ، فهو خليك بأن يكون عظيم المون فى أن يجلب معه المعلومات المفيدة فى توجيه المراحل القادمة من حملة الترويج ، اما عموما واما بالنسبة لمنطقته الخاصة به .

ثم أن البائع ، قمين أيضا بأن يناقش . فى أثناء زيارته أو اتصالاته ، أية أفكار مع بائع الكتب خاصة « بالترويج التعاونى » ( انظر القسم ١٦ من هذا الفصل ) ، وأية اقتراحات عن أنسب الأماكن لوضع الإعلانات ، وعن

المحاضرات العامة التى يمكن تدبيرها للمؤلف ، وكذلك النواحي المحلية الأخرى من حملة الترويج .

## ٦ - « مساحة » الإعلان

تسمى « مساحة » الإعلان ، بهذه الصفة ، لأنها تتضمن شراء مساحة معينة فى صحيفة أو مجلة لعمل اعلانات منتظمة عن كتاب معين .

وليس كل كتاب صالحا لأن يستجيب للإعلان بطريقة المساحة المخصصة . وهناك بعض الكتب التى يؤثر الناشر ، بمنتهى صدق النية وسلامة الضمير ، إلا يعلن عنها بهذه الطريقة على الإطلاق ، وإنما يكرس كل ميزانية حملته الاعلانية للبريد المباشر ، أو أية طريقة أخرى يعتقد أنها أجدى لترويج الكتاب من طريقة الإعلان بالمساحة .

وتختلف الظروف اختلافا شاسعا بين الدول فى هذا الصدد ، ليس فقط بالقياس الى عدد ونوع وكيف الصحف أو المطبوعات الواسعة الانتشار من حيث اتساع دائرة القراء ، ولكن أيضا من حيث نوع الناس الذين يقرأونها . وليس فى وسع أجنبى أو غريب أو خارجى أن يقترح قواعد عامة فى هذا الشأن .

بيد أنه مما يجدر ذكره أن سياسة استعمال طريقة الإعلان بالمساحة من حين لآخر قد تكون إحدى طرق تشجيع ناشرى الصحف والمجلات على انشاء أو توسيع أقسام تقريظ الكتب .

وأنه لمن الخطأ طبعا ، استعمال الإعلان كنوع من الضغط على أرباب الصحف أو المجلات لتقريظ كتب ناشر معين ، ولكن اتخاذ هذا السبيل بصفة عامة كإجراء عملى من قبل كل الناشرين بحيث يكون الإعلان على الأقل ، من حين لآخر ، خلقى بأن يعاون الصحيفة أو المجلة على أن تمول ، بوساطة دخل الإعلان ، النفقات التحريرية لتسم خاص بتقريظ الكتب أو نقدها أو عرضها .

وللناشرين الكبار قسم للاعلان يتخذ كل التدابير الخاصة بكل اعلاناته مباشرة ، أو يعهد بها الى وكالة اعلان مستقلة .

أما تصميم الاعلانات وتخطيطها وتحريرها فقد تقع على عاتق وكالة الاعلان ، أو قسم الاعلان الخاص بالناشر أو يعهد بها الى فنانين أو اخصائيين يكونون في نفس الوقت هم مصممي كتب الناشر .

**الكوبونات (❦) :** ان الاعلان بطريق الكوبون الذي يملؤه الزبون ويرسله يحتاج الى تنويه خاص .

فمن المعروف أن بائني الكتب لا يوافقون على نظام الكوبونات في اعلانات الناشر ، طبعاً ، لأنها تعنى أن الناشر ينافسهم في أسعار البيع بالقطاعي .

ولكن للكوبونات قيمتها بالنسبة « لبحث سوق » الناشر ، لأنها تبين نوع الزبائن الذين يستجيبون ، وتؤمى أيضاً الى شيء عن قوة الجذب للأنواع المختلفة من الاعلان . ويمكن جعل الكوبونات موسومة بعلامة معينة — في شكل حرف أو رمز دال على المصدر ( صحيفة ، أو مجلة ، الخ ) الذي قطع منه الكوبون .

ثمة نقطة أخرى جديرة بالذكر خاصة بالكوبونات في عطية الاعلان بالمساحة .

أحياناً عندما تلح الصحيفة أو المجلة على ناشر كتب ليأخذ مساحة اعلانية ، ولكن الناشر يرتاب في جدواها من حيث استحقاقها للنفقة بالقياس الى عائداتها المأمول ، فمن الممكن حينئذ اصطلاح تدبير خاص .

يوافق ناشر الكتاب على دفع مبلغ معين لقاء كل كوبون يرجع اليه ، ومن ثم فإن نفقته تكون قليلة جداً اذا اخفق الاعلان في طلب طلبات كثيرة ، ومع ذلك فإن

---

(❦) ليست هذه الكلمة مربية ، وان كنت رائجة في الاستعمال الدارج ، ولقد أقرناها على الكلمة النسيجة « خفرات » خشية الالتباس . ( المترجم ) .

المصحفة أو المجلة التى تحمل الاعلان تحصل على فخل أعلى من المعتاد اذا كان العائد ( من الكوبونات التى يرسلها القراء فى طلب الكتاب المعلن عنه ) طيبا .  
( وفى ظل هذه الخطة فان الكوبونات ترسل ثانية باسم المصحفة أو المجلة ، ثم بعد ذلك الى ناشر الكتاب بعد عدها ) .

وثمة طريقة أخرى من نفس النوع من التنظيم التجارى ، وهى طريقة جمل المصحفة أو المجلة تقوم بعمل بائع الكتب . أى ان ناشر الكتاب لا يدفع شيئا مطلقا لمساحة الاعلان ذاتها ، وانما يعطى المصحفة أو المجلة خصما كبيرا على نسخ الكتب التى تشتريها المصحفة أو المجلة لتلبى الطلبات التى تأتى اليها عن طريق الكوبونات .

## ٧ - الاعلان بالبريد المباشر

هذه الطريقة الخاصة بالاعلان ، مباشرة بالبريد للزبائن ، ليست واسعة الانتشار فى معظم الدول النامية (١) ، ومرد ذلك ، جزئيا ، الى نقص فى كفاية بعض النظم البريدية ، وكذلك بسبب صعوبة وثمن تحويل المال بالبريد .

بيد انه ، حتى فى الوقت الراهن ، فان للطريقة امكانات متاحة ، وهى تبشر بالكثير بالنسبة للمستقبل .

وكلما تحسنت الوسائل والطرائق ، فان هذه الطريقة يمكن استعمالها الى حد ما ، بالنسبة للكتب ذات الجاذبية الشعبية الواسعة .

بيد أن اكبر استعمال طبيعى لطريقة البريد انما يتعلق بالكتب الخاصة بجمهور معين بالذات ، أى بطائفة خاصة من القراء ، ومن ثم فمن الخسارة وتبديد الوقت والجهد والمال اتباع هذا الضرب من الاعلان العام بلا تمييز .

---

(١) من الطريف فى هذا الصدد أن أحد مترجمي هذا الكتاب ، اقترح هذه الطريقة على ناشره فى كتاب « التسول الاخلاقي » ، وكنت مغيرة انتهت بفسلة ثلاثين نسخة من مائة ، منها يحمل الناشر يحتم بعد ذلك من اتباع هذه الطريقة اتباعا للحكمة العربية القديمة « مصلور فى اليسد ..... » . ( المترجم ) .

وأحيانا ينوه بالفرق بين طريقة البريد المباشر وطريقة الاعلان بالمساحة .  
بالقول بأن النشرة الدورية المرسله بالبريد المباشر الى قوائم عناوين مختلرة  
بكل فقة انها تشبه طلفة البنديقية ، المصوبه تصويبا مباشرا الى الهدف ، في  
حين ان الاعلان بالمساحة يشبه « بنديقية الرش » ، التي لا تصوب تصويبا  
مباشرا سديدا ، وانما تغطي مساحة شاسعة من النار ، بحيث انها لابد ان  
تصيب بعضا من الاهداف ، على أية حال ، على الرغم من عشوائيتها .

ولنضرب مثلين : كتبيا طبيا متخصصا ، خليف بأن يؤتى اكله ويفلح ، يقينا ،  
من طريقة طلفة البنديقية ، في حين أن قصة مرجوة الرواج واثارة الشغف عند  
أى مفرم بالأدب ، تتطلب طريقة « بنديقية الرش » .  
والعنصران الأساسيان في حملة البريد المباشر هما :

١ - النشرة الدورية ، أو أى قطعة مطبوعة يتقرر إرسالها بالبريد .

ب - قائمة الاسماء التي ترسل الى أصحابها .

وينبغى تخطيط الأمرين متصلين أحدهما بالآخر . ذلك انه ليس فقط نوع  
القائمة ، وانما أيضا حجمها خليقتان بأن يؤثرأ في تصميم النشرة الدورية .

وفي الواقع من الأمر ، فانه اذا كانت القائمة صغيرة جدا ، وكان الكتاب  
موضوع الاعلان هو الكتاب المناسبهما للجمهور الخاص الذى يؤلف طائفة  
القائمة ، فقد يكون من الأوفق والأوفر استعمال الرسالة الشخصية بدلا من  
النشرة الدورية المطبوعة . أو ربما بالإضافة إليها .

**قوائم الاسماء :** يستطيع الخيال الذكى في جمع قائمة الاسماء ان يؤتى  
اكلة اضماعا مضاعفة . ومن بين المصادر التى يمكن استعمالها لاختيار  
الاسماء والعناوين ، نوجز ما يلى :

١ - العملاء السابقين لدار النشر ( خصوصا ، كما هو مقترح في الفصل  
الثامن ، اذا كتلت الاسماء قد تم فرزها لبيان انواع الكتب التى يهتمون بها ) .



٢ - المعلمين والأساتذة وغيرهم من نوى المهن المتخصصة الذين يعملون في الميدان الذي يعالجه الكتاب .

٣ - أمناء المكتبات ، ونظار المدارس ، وبعض موظفي الوزارات وغيرهم من المهتمين بمجال واسع من الكتب .

٤ - قوائم عضوية الجماعات ، والرابطات المهنية ، الخ ، في ميدان الكتاب .

٥ - قوائم المشتركين في المجلات ، أو ( وهذه ليست ذات قيمة كبيرة ، ولكن على الأرجح يمكن استئجارها من المجلات ) ، قوائم المشتركين السابقين .

٦ - قوائم خاصة يعدها المؤلف بخط يده .

**الكوبونات :** ان النشرات الدورية بالبريد المباشر تتضمن عادة كوبونا لكي ينزعه العميل ويرسله ثانية الى الناشر ، طالبا نسخة من الكتاب .

ولا يمكن تخفيف سخط بائعي الكتب على الكوبونات ( وهي الظاهرة التي سبق ذكرها فيما يتعلق بالاعلان بالمساحة ) الا جزئيا ، وذلك بأن تتضمن كل نشرة دورية كلمة على غرار « اطلب الكتاب من المكتبة التي تتعامل معها ، او اذا لم تكن هذه موجودة ، فاستعمل الكوبون الموجود في أسفل النشرة » .

ان ما يبتغيه بائعو الكتب حقا هو ذكر اسم محل بيع الكتب بدلا من اسم الناشر ، خلاصا بعنوان الرد ، وهذا امر يمكن تدبيره ، على الأقل بالنسبة لمجال بيع الكتب الكبرى ، وفقا لخطة « الترويج التعاوني » المشروحة في القسم السادس عشر من هذا الفصل .

**النسيئة :** من بين العوامل التي جعلت الاعلان بطريقة البريد المباشر ، نافعة جدا وفعالة جدا في بلاد مثل الولايات المتحدة الامريكية ، هي انشاء تقليد البيع الواسع الانتشار بالبريد بدون طلب الدفع مقدما . بيد ان ثمة تعديلا لطريقة البيع الكامل بالنسيئة . فعلى الرغم من طلب الدفع الفوري مقدما ، الا ان البيع

يمكن أن يكون على أساس « عند الموافقة » مع وعد « باعادة الثمن قورا اذا لم يحظ الكتاب برضاك تماما » .

وعلى أية حال فان الاعلان بطريقة البريد المباشر ، له امكانات واضحة ، ولكن ليس من المعقول توقع نتائج كاملة في بلد — بسبب ان تقليد الطلب بالبريد مع الدفع بالنسيئة لم يتطور بعد — فانه يتعين على الزبون أن يجد طريقة ما لارسال القسط المقدم قبل أن يستطيع طلب الكتاب .

**التأثير غير المباشر للاعلان بالبريد المباشر :** ان الفكرة الرئيسية للاعلان بالبريد المباشر كانت البيع الفعلي للكتب بالبريد . ولا يزال ذلك هو الغرض الرئيسي للنشر بالنسبة لأنواع كثيرة من الكتب ، عندما يرسل نشرات دورية . فهو يتوقع أن تأتيه الطلبات مباشرة . ولانه عادة ، لا يضطر الى السماح بأى خصم على هذه الطلبات الفردية ، فان ذلك خليف بأن يكون عملا مربحا . وكثير من الناشرين يرتأون أنه اذا طلب الكتب ٢ في المائة او ٣ في المائة من الناس الذين يتسلمون النشرات الدورية فانهم سوف يغطون ما هو أكثر من نفقات البريد ، وأن كل ما يتجاوز ذلك انها يمثل ربحا طيبا حقا . ولكن يجب ألا ننفل أنه بالنسبة لبعض أنواع من الكتب ولبعض أنواع من الأسواق ، فان الاعلان بالبريد المباشر له فعاليتيه ، حتى على الرغم من أن معظم المشترين يقصدون محال بيع الكتب بدلا من أن يطلبوها بالبريد من الناشر .

( والمسألة هامة بصفة خاصة طبعا ، فيما يتصل بالتعليق المذكور آنفا عن الفعالية الضئيلة للبيع بالبريد المباشر عندما يكون تقليد ارسال الكتب للأفراد بنظام الدفع بالنسيئة ، او عند الموافقة ، لم يرسخ بعد ) .

ثمة طائفة من الناس يعتبرون زبائن طبيعيين لشراء الكتب من محال بيعها ، ونادرا ما يشتررون الكتب بالبريد . ومع ذلك فان نشرة دورية ذكية خليقة بأن تحضهم على الذهاب الى محل بيع الكتب وشراء الكتب المعلن عنه ، الأمر الذى يؤدي في النهاية الى المزيد من طلب ذلك الكتاب من محال بيع الكتب .

وعلى أية حال فإن الاعلان بالبريد المباشر يعتبر من أحسن الطرق المثيرة  
للحديث عن كتاب ما ، وأنه لمن المتفق عليه عموما أن الدعاية بالكلام من أقوى  
ضروب ترويج الكتاب .

## ٨ - الراديو والتلفزيون

إن المحاضرين والمعلقين ومقرضى الكتب فى البرامج الإذاعية ، فى وسعهم أن  
يكونوا عوناً كبيراً فى جعل المستمعين والمشاهدين يرغبون فى شراء الكتاب ،  
وكذلك فى إضافة عنصر جديد الى الترويج بالكلام .

ويمكن أيضاً استعمال الراديو والتلفزيون فى الاعلان المأجور فى البلاد التى  
يسمح فيها بالاعلان بواسطة نظام الإذاعة .

بيد أنه ليس لدينا من البيانات أو المعرفة الكافية عن مدى فعالية هذه  
الطريقة من الاعلان فى البيع الفعلى للكتب .

وفى وقت ما جنح الناشرون فى البلاد الغربية الى التفكير فى أن الراديو  
والتلفزيون ، وأن كانا صالحين للاعلان عن سلع أخرى ، إلا أنهما غير صالحين  
لترويج الكتب .

والسبب فى ذلك ، لم يفهم تماماً ، وإن كان عدد كبير من النظريات انبثق  
لتفسير هذه الظاهرة ، وكلها ترتبط عادة ، على نحو ما ، بحقيقة أن جمهور  
الإذاعة يشمل عدداً كبيراً من الناس لا يهتمون بالكتب حتى إذا لم يكونوا من  
الأميين .

وفى أى بلد تكون نسبة محو الأمية منخفضة ، فإن نسبة الأميين لابد أن  
تكون طبعاً عالية ، ومن ثم فإن مقداراً كبيراً من المال المنفق على الاعلان  
بالراديو ، لابد أن يعتبر من قبيل التبذير أو الاسراف بلا مسوغ . والشئ  
الذى لا نعرفه بعد ، هو هل ثمة مسوغ لكلفة الاعلان بالراديو يستند الى  
غير الأميين الذين يملقهم الاعلان بواسطة هذه الوسيلة ؟

## ٩ - الإعلانات الكبيرة ( إعلانات الملصق )

ان الاعلانات الكبيرة المطبوعة ، والتي غالبا ما تكون مطابقة لتصميم الغلاف أو للنشرة الدورية الخاصة بالكتاب ، تعطى أحيانا لمحال بيع الكتب ، وتوضع فى أماكن ظاهرة لجذب الانظار .

ولا يمكن أن يكون الاعلان الملصق كبيرا جدا لأن معظم محال الكتب تفتقر الى المساحة الكافية . ومن جهة أخرى ، اذا كان الاعلان صغيرا جدا ، فليس من المحقق اذا كان الاعلان أكثر فعالية ، بأى حال من الأحوال ، من صف مرصوص من نسخ الكتاب ذاته .

ان معظم الناشرين يشعرون أن الإعلانات الملصقة ، اذا كان لها مايسوغها على الإطلاق ، لا يمكن أن تستعمل استعمالا اقتصاديا الا فى عدد قليل من الحملات الترويجية فحسب .

يقينا ، ان الاعلان الملصق ليس واحدا من البنود التى تخطط أوتوماتيكيا لكل كتاب .

## ١٠ - المعارض

ان المعارض من اشق الأمور وأكثرها إزعاجا واثلا فى تخطيطها وتسيير دفتها - بل هى تفوق فى ذلك كل ما يمكن أن يتصوره أى شخص خارج ميدان الكتب . ولكن معظم الناشرين يحسبون انها تمثل نوعا هاما من الترويج لمجموعات من الكتب .

وما لم تكن ثمة ظروف غير عادية الى أقصى حد ، فليس من الاقتصاد ولا من حسن التدبير إقامة معرض لكتاب أوجد .

ولكن اذا كان المعرض يتصدى لعدد كبير من الكتب ، فمن السهل تسويق النفقة والازعاج .

ومن اسباب الاعراض عن المعارض صعوبة قياس قيمتها الترويجية قياسا

مضبوطا . وكل امرئ يتفق على أن المعارض مفيدة ، ولكن ليس في وسع  
أى امرئ أن يقول الى أى حد ؟

وثمة معارض ذات أنواع كثيرة مختلفة .

وأعظم معرض كتاب فى العالم هو معرض كتاب فرانكفورت فى ألمانيا ، الذى  
يمرض فيه ناشرون من دول كثيرة ، بضاعتهم . بيد أن هناك أنواعا كثيرة أخرى  
تتفاوت كما وكيفا الى المناسبات المحلية الصغيرة مثل اجتماع للمعلمين  
أو إهداء المكتبات أو الأطباء أو المهندسين فى جزء من بلد ما .

وانواع الكتب المختارة للمعرض تتفاوت طبعا وتختلف طبقا لجمهور الناس  
الذين يتوقع أن يشاهدوها .

وفى المعارض الكبيرة جدا ، فمن المجدى حقا ، فى كثير من الأحيان ، طبع  
كتيب يحتوى قائمة الكتب وصيغة لطلب الكتاب .

ومن نواحي إدارة شئون المعرض التى يطلق عليها على سبيل المجاز « التدبير  
المنزلى » ، ما يتعلق برفوف المعرض والخزانات الزجاجية ، الخ .

وان أى ناشر أو جماعة من الناشرين من الذين لا يكفون عن إقامة المعارض ،  
ليجربوا أن من الاقتصاد والتدبير انشاء عتاد أساسى يمكن حله وفكه وطيه  
وتركيبه وشحنه ونقله لكى يتسنى استعماله مرة بعد مرة دون حاجة الى انشاء  
جديد فى كل مرة .

وثمة مشكلة أخرى من مشكلات « التدبير المنزلى » ، هى مجموعة الكتب  
الباقية بعد انقضاء أجل المعرض وحزمها وربطها لاعتباتها ثانية الى مستودعها  
الرئيسى .

واحدى وسائل حل هذه المشكلة هى الاتفاق مع أحد باعة الكتب ، قبل  
المعرض ، على أنه سوف يأخذ كل الكتب المعروضة ، فى النهاية ، بتخفيض  
ستين فى المئة من سعرها ، ومن ثم يوفر نفقة حزمها وربطها ونقلها ،  
وخصوصا أن التسخن المعروضة كثيرا ما تتداولها الأيدي وتفقد شيئا من

جنتها . ثم أن الناشر يعنى نفسه من التصدى لكل تلك العمليات في بلد قد يكون نائيا عن مقره الرئيسى .

ولقد جرت العادة أيضا في بعض المعارض ( ومعرض كتّاب فرانكفورت واحد منها ) على السماح للأفراد بشراء الكتب من المعرض نفسه بنصف الثمن في آخر أيام المعرض .

وبهذه المناسبة ، فإن بعض المعارض تجمع بين البيع والعرض بانتظام ، وإن كان ذلك مما يحرمه بعض القائمين على شؤون المعارض .

## ١١ - النشر ( بمعنى الإذاعة والإعلان )

مهما دبرت وخططت ورسمت كل الضروب الأخرى من أنواع الترويج ، فينبغى دراسة كل كتاب جديد من حيث إمكان الكتابة عنه في الصحف - فإذا كانت أخبار الكتاب مثيرة للاهتمام بدرجة كافية ، فإن الناشر خليك بأن يحصل على ترويج بالمجان نافع بهذه الطريقة - وقد تكون القصص التى تكتب عن الكتاب مرتبطة بموضوع الكتاب ، أو بحقائق عن سيرة المؤلف نفسه - أو ، وهذا أفيدهما كلها - تنصب على حقيقة مدهشة يحتويها الكتاب ، وفيها عنصر المفاجأة ، إذ لم يسبق للجمهور معرفتها .

وجميع دور النشر تتبع قاعدة أن كل كتاب جديد ينشر ، ينبغى أن يقترن ببيان خاص به بمثابة موجز للتعريف بالكتاب ، وهو عادة ما يكون صفحة منسوخة بالآلة الكاتبة ترسل الى الصحف والمجلات ، ومقرضى الكتب ، ومحال بيع الكتب .

وقى وسع الصحف والمجلات التى بها أقسام كبرى للكتب ، بها فى ذلك « بند الكتب » ، وكذلك بحوث الكتب ، أن تستعمل المادة الموجودة فى ذلك البيان التعريفى ، سواء أدرجت ضمن برنامج تقريبها المنظم ، فيما بعد ، أم لا .

## ١٢ - الجوائز

بعض الكتب تعتبر من الترويج الناتج الجوائز التى تمنحها لها منظمات

أخرى ، مثل جائزة نوبل ، وجوائز آسمى فى الباكستان ، والجائزة القومية للكتاب فى الولايات المتحدة الأمريكية ، وجوائز اليونسكو فى الدول المختلفة .

وفى بعض الدول ، توجد مئات فعلا من جوائز الكتب كل عام ، والناشر يحتفظ بمين بأن يحاول اقتفاء أثرها ، ويؤكد أن كل كتبه من الأنواع الصالحة تحظى بالاعتبار ، وفى نفس الوقت يكون دائما مستعدا لتثمين إمكانات الترويج التى تنتج من منح الجائزة لكتبه ، فى الاعلان ، اذا ربحته كتبه ونالت الجائزة .

بيد أن هناك نوعا آخر من الترويج الذى يستعمله الناشر فى استغلال الجوائز ، فقد يمنح الناشر نفسه الجوائز ، مثلا ، لمقال يكتبه أطفال المدارس عن موضوع الكتاب ، أو يصطنع نظام جوائز آخر يجذب اهتمام الجمهور الذين يتعين عليهم معرفة الكتاب لكى يتنافسوا فى الحصول على الجائزة .

والناشر أيضا يمنحون جوائز لمؤلفى مخطوطات لا تنشر كما سبق أن أشرنا فى الفصل الرابع ، وأن كان هذا التدبير غالبا ما يكون لتشجيع المؤلفين الذين ييشرون بالنجاح والفلاح لكى يقدموا كتبهم أكثر مما هو ترويج فعلى للكتب التى تم اختيارها أخيرا .

## ١٢ - النشر فى المجلات

إن أجزاء من الكتاب ، وخصوصا اذا لم يكن من القصص ، يمكن أن تستعمل كمقالات فى مجلة أو صحيفة قبل نشر الكتاب .

وبصفة أخص ، اذا أصر المؤلف على لمحة تنوه بأن المقال كجزء من كتاب ( مع النص على عنوان الكتاب والناشر ) فإن ذلك خليق بأن يكون نافعا جدا .

ولقد أتى زمن كان الناشر فيه يعرضون عن نشر بعض أجزاء كتبهم فى الصحف أو المجلات مقدما قبل نشر الكتاب ، ولكن الرأى العام اليوم يرى أنه اذا توخينا القصد وعدم الإغراط فى هذا الصدد ، فإن ذلك خليق بأن يجذب الانتباه الى الكتاب المقبل فى موارث قد لا يصل إليها الاعلان الطبيعى المعتاد .

وعادة ما يتوقع من ناشر المجلة أو الصحيفة أن يدفع مبلغا من المال في مقابل استعمال المادة المستقاة من الكتاب ، سواء أكان الاستعمال قبل نشر الكتاب أم بعده . وطبعا لا يكون الاستعمال إلا بأذن ، على الأقل في الدول التي يحمي القانون فيها الحقوق الأدبية .

أما اقتسام أى أجر تدفعه المجلة أو الصحيفة في مقابل استعمال أجزاء من الكتاب ، بين المؤلف والناشر ، فذلك أمر يحدده العقد المبرم بينهما ، كما هو وارد في الفصل الثامن عشر .

#### ١٤ - محاضرات المؤلف وظهوره شخصيا

إذا كان المؤلف شخصا ذا شهرة قومية ذائعة الصيت ، فإن ظهوره كمحاضر أو محدث في الاذاعة ، أو ضيف شرف في حفل عشاء أو حفل استقبال ، يمكن أن يكون ذا قيمة كبرى .

على أن الظهور الشخصى قد لا يبيع الكتب مباشرة ، ولكنه خليق بأن يكون مددا نافعا يشد أزر الأنواع الأخرى من الترويج ، وخصوصا الاعلان في الصحف أو أحاديث الناس عن الكتاب .

ولا جدال في أن الظهور الشخصى للمؤلف في « حفل التوقيع باليد » تحت رعاية صاحب مكتبة ، يعتبر واحدا من ضروب « الترويج التعاونى » الواردة في القسم السادس عشر في السياق اللاحق .

وثمة نوع خاص من الظهور الشخصى يكاد يكون من المؤكد أن يظهر بالتنويه الواسع في الصحف ، هو ما يحدث عندما يذهب المؤلف بنفسه لتقديم مؤلفه الجديد الى رئيس الوزراء أو أحد قادة الراى أو الحكم من مشاهير البلد .

#### ١٥ - ترويج مجموعات من الكتب

عندما تكون دار النشر في مستهل حياتها ، وعدد الكتب التى أصدرتها قليلة نسبيا ، فمن السهل ( وأن كان ذلك غالبا ) أن يتولى الترويج والدعاية لكل الكتب ، واحدا واحدا ، التى نشرتها المؤسسة حتى آنئذ .



ولكن بمجرد أن تبدأ القائمة فى الازدياد ، فمن المفيد اتخاذ سبيل الترويج  
الجمعى لأنواع خاصة من الكتب ، طائفة طائفة . ومن ثم فلا بأس بالاعلان  
بالمساحة مع سرد عشرة كتب ، او ربما أكثر ، عن موضوع واحد ، مثل  
الطب او القانون ، او نشرة خاصة تبين كل الكتب الخاصة بالقراءة الاضافية  
للأطفال ، الخ .

وفى هذه الحالة فان حساب نفقة أى كتاب على حدة يكون قليلا نسبيا ،  
لان الحساب الاجمالى يقسم عليها جميعا ، ومع ذلك فان الأثر الكلى فى  
المشتري المأمول الذى عنده اهتمام بذلك الميدان ، يمكن أن يكون قويا جدا .  
( أن مثل هذا الترويج الجمعى له قيمة تحريرية أيضا حيث انه يلفت الانتباه  
الى دار النشر لمؤسسة ذات اهتمام خاص بالميدان المعين موضوع الاعلان،ومن  
ثم فهى دار خليفة بأن يفكر المؤلفون الجدد فى ذلك الميدان بأن يقدموا اليها  
مخطوطاتهم ) .

وثمة بند من بنود الترويج الجمعى ، يعتبر غالبا وليس « أداة بيع » فى حد  
ذاته ، الا انه مع ذلك لازم من حين لآخر أن لم يكن فى كل عام . ذلك  
هو « الكاتالوج العام » الذى يحتوى قائمة بكل الكتب التى نشرتها دار النشر  
والتي لا تزال طبعتها موجودة لم تنفذ .

وهذا الكاتالوج له قيمة كبرى بالنسبة لأنماء المكتبت ومحال الكتب ، ثم ان  
تكاليفه يمكن تسويغها كجزء من خدمة النشر لأولئك الزبائن الصالحين ، حتى  
اذا لم يخلق الكاتالوج العام فى الواقع من الأهر مبيعات جديدة ، فى حد ذاته .  
ثم انه طبعا ، سبيل للمساعدة فى المحافظة على مبيعات الكتب الاقدم  
المبينة « على ظهر الغلاف » كما هو مذكور فى الفصل الرابع .

وفى البلاد التى تصدر فيها قوائم القراءة المتدرجة ( تصنيف الكتب حسب  
السن أو مستوى القراءة ) ، فان من رأى المعلمين وأنماء المكتبت ان هذه  
القوائم هى أنفع الكاتالوجات العامة طرا .

## ١٦ - الترويج التعاونى

ان التعاون بين الناشرين وبائعى الكتب فى ترويج أى كتاب ، خليق بأن يؤتى  
أكله بطرق كثيرة .

فأولا ، الاسهام المشترك فى امتصاماتهم وأرباحهم فى مشروع ما نفذوه معا ،  
خليق بأن يقضى بصفة خاصة ، الى صداقات وثيقة وعلاقات عمل طيبة سارة  
بارة فى المستقبل . ولكن بصرف النظر عن ذلك كله ، وفوق ذلك كله ، فان  
السبيل خليق بأن ينتج رواجاً فى بيع الكتاب .

ويمكن لبائعى الكتب والناشرين أن يتعاونوا فيما يتعلق بالاعلان بالمساحة  
فى الصحف والمجلات التى تخدم منطقة سوق مائعى الكتاب .

وبموجب هذه الخطة ، فان الناشر يوافق على أن يدفع نصف تكاليف الاعلان  
بالمساحة الذى يديره بائع الكتب . ان الاعلان يظهر فوق اسم بائع الكتب ، ولكنه  
يقصر على كتاب الناشر المعين دون غيره .

وعادة ، يكون ثمة اتفاق على الحد الاعلى الذى ينفق بهذه الطريقة ، من  
جهة كل شريك .

وثمة سبيل آخر من سبل الترويج التعاونى ، وهو يتضمن البريد المباشر .  
فالناشر يوافق على طبع نسخ من نشراته الدورية بالبريد المباشر ، عليها اسم  
بائع الكتب وعنوانه مكتوباً على كويون الرد .

فالناشر يقدم النشرات الدورية مطبوعة بهذه الطريقة ، وبائع الكتب يرسل  
النشرات الدورية بالبريد لزيائته المودنين فى سجله الخاص ، وكذلك للمكتبات  
وغيرها من المؤسسات المشترية فى منطقته .

بيد أن طبع اسم بائع الكتب وعنوانه ليس أمراً ممكن الاجراء أو التنفيذ  
الا اذا كان عدد النشرات الدورية التى سوف يستعملها كبيراً بدرجة كافية .

ولكن ، ابتغاء مساعدة بائعى الكتب الصغار ، فان الناشرين كثيراً ما  
يطبعون عدداً معيناً من النشرات الدورية عليها فراغ يترك خالياً مكان العنوان ،

بحيث يستطيع بائعو الكتب الصغار ان يضعوا اسماءهم فى المكان الخالى  
بالختم المطاط .

واحيانا يتقاضى الناشر اجرا رمزيا عن كل ألف نشرة دورية يقدمونها ،  
لا لشيء الا على سبيل الحذر خشية الطلبات المستهتره غير المسئولة من  
قبل بائعى الكتب .

والتعاون مع بائعى الكتب نافع الى اقصى حد فى تدبير المحاضرات او  
المناسبات الشخصية لظهور المؤلفين ، وفى تدبير برامج الراديو والمحاضرات  
العامة ، وفى كثير من الامور التى من هذا القبيل .

ان معرفة بائع الكتب بمنطقة سوقه ، كمكمل عظيم للقيمة لمعرفة ناشر  
الكتاب وصلاته التى ، وان كانت اعم واشمل ، الا ان ما تضيفه اليها معرفة  
بائع الكتب تشد من ازرها بحيث يكون بعضها لبعض ظهيرا .

## ١٧ — الخيال الخلاق وجهاسة التوقيت

كثير من الناس يرون ان الترويج هو الذ واشهى وأمتع من أية ناحية اخرى  
من نواحي عمل نشر الكتب ، ومرد ذلك الى وجود عدد متنوع مختلف من انسبل  
والطرائق ، مما هو خليق بضروب شتى من الغبطة والرضا فى اكتشاف فرص  
جديدة تدعو الى اقبالها واغتنامها بكل يقظة وانتباه وخفة فى اوانها .

ولقد قدما فى هذا الفصل طائفة من اكثر ضروب ترويج الكتب ، راجا بين  
اهل المهنة ، ولكن هناك كثيرا غيرها سبق ان جرب فى الماضى فى بلاد مختلفة .

ولايزال فى وسع مدير الترويج الذكى المبدع ، صاحب الخيال الخلاق ، ان  
يفتقر غيرهما مثل اللافتات على عربات الترام والحافلات ، والشرائح المصورة  
على شاشة السينما ، وتوافذ الممرض فى مداخل المسارح ، وعلى بطاقات او  
برامج مباريات الكريكت او كرة القدم ، وهلم جرا .

ومن طريق ما يذكر فى هذا الصدد ، ان مدير الترويج لاحدى دور النشر

ابتكر طريقة غذة في الإعلان ، بأن جعل اثنتى عشرة عارضة من عارضات الأزياء الجميلات الفائنات يرتدين أجمل الأتواب الأخاذة ، ولا يفعلن شيئاً سوى أن يسرن فى أماكن تجمعات الناس ، وكل منهن تحمل نسخة من قصة جديدة ، وقد برز عنوانها ، مما قيد من المشاهدين أبصارهم .

ولعل تلك البدعة كانت أكثر جدوى من حيث تسليية الجمهور ، منها بالنسبة لبيع الكتب ، ولكنها على الأقل بدأت نوعاً من الدعاية بالكلام من جراء طرافتها وجرائنها .

وأيا ماكانت الطريقة ، فالقاعدة العامة لترويج الكتاب هى المبدأ الحربى القائل « بتدعيم الفرق المتقدمة » . أى ، إذا كان هناك كتب عديدة أعطيت فرصة لإثبات قوة بيعها بواسطة الترويج الأولى ، وأن بعضها منها فقط استجاب بمبيعات طيبة ، فهذه هى الكتب التى يشعر الناس أنها تستحق قسطاً أكبر من ميزانية الترويج المستقبل . ولربما يضطر أسفا الى أن يقرر ألا ينفق مزيداً من مال الترويج على الكتب التى أخفقت فى الرواج .

إن مفتاح النجاح بالنسبة لمدير الترويج هو نوع من الحاسة السادسة التى توحى إليه بأن يعرف متى يكون كتاب ما على وشك « اكتساح السوق » ، وأن يصبح أنجح كتاب ، ويضرب الرقم القياسى فى البيع .

وعندما يعرف ذلك - أو يحسب أنه يعرف ذلك - فهو خفيق بأن يقامر على المستقبل باتفاق المزيد على الترويج ، أكثر مما يستطيع أن تمدّه به المبيعات التى تمت بالفعل آنئذ .

أما الصفتان اللتان ينبغي أن تتوافرا فى مدير الترويج ، بالإضافة الى الالتئاذ ببذل الجهد الشاق ، فهما الخيال الخلاق وحاسة التوقيت . وهو يحتاج الى كليهما لكى يرى الفرص الساحلات التى تطرا ، ثم يمضى الى غلبته ويستغلها على الفور .

والحاجة الى الخيال واضحة ، ولكن حاسة التوقيت فى مثل أهميتها سواء  
بصواء .

فينبغى ، ليس فقط ، أن تكون حملة الترويج الاولى متقنة الاعداد والترتيب  
والتسلسل ، ولكن متابعة « فرق التقدم » ينبغى أن تكون قوية عارمة وفورية .

ان مدير الترويج يحتفظ بتقويم زمنى فى ذهنه ، ويجب أن يكون دائما على  
وعى تام ليس فقط بما هو حادث فى الدنيا من حوله ، ولكن ايضا بالأحداث  
المسجلة المرتبة والاتجاهات الممكنة التى تولى الى اهتمام الجمهور فى  
المستقبل ، فكانه جهاز رصد ورادار فى آن .

ومن نافلة القول ، أن نذكر أن الطرائق والوسائل المستعملة ينبغى أن تكون  
مناسبة وصحيحة بالنسبة للكتاب المعين بالذات . ذلك أن النوع الخاطيء  
للترويج ، اذا بدا انه يتسم بطابع الخداع أو استغلال الجمهور ، بالنسبة الى  
الكتاب المعين عنه ،خلق بأن يضر سمعة الناشر ، ثم انه لن يجدى فتيلا فى المدى  
الطويل بالنسبة للكتاب المطلوب ترويجه .

ولكن اذا كان الترويج من النوع السليم الصحيح ، وفى الوقت المناسب ،  
وبالمقدار اللازم ، ونفذ بالطريقة الصحيحة ، فان ثمراته خليفة بأن تؤتى أكلها  
أضمافا مضاعفة .

وينبغى أن يشعر مدير الترويج بأنه يخدم الجمهور مثلما يخدم رصيد حساب  
ناشره فى البنك . أنه باعلاته على الملأ أن كتابا جديدا قد خرج الى حيز  
الوجود ، فلما بذلك يضيف حلقة حاسمة فى سلسلة تمتد من مكتب المؤلف  
الى القارئ الذى يمسك بالكتاب بيديه .

الجزء الثالث  
أنواع نشر الكتب



## الفصل العاشر

### الكتب التجارية وأنواع أخرى من النشر

ان الفرض من هذا الفصل الموجز هو مجرد تزويد القارئ بقائمة مراجعة لبعض الأنواع الرئيسية للنشر . وسوف تتناولها الفصول التالية بمزيد من الشرح والإعلام — ولو عن بعض منها على الأمل .

وبعض أنواع النشر تختلف عن غيرها تبعا لنوع الكتب التي تعالجها — مثلا كتب القانون أو كتب الطب .

وثمة أنواع أخرى تستعمل طرق نشر خاصة — مثل النشر بطريقة نسائي الكتاب ، أو الاشتراك .

وطبعما ، بعضها يستعمل طرق نشر خاصة بسبب مادة الموضوع الخاصة ، وأوضح مثال على هذا النمط من النشر هو الكتب الدراسية .

وثمة عدد لا يستهان به من الأنواع الخاصة من الكتب يمكن معالجته في البداية ككتب تجارية ، ثم فيما بعد فقط يمكن أن تكون لها أقسام خاصة بها .

ومن ثم فمصفوف نسرد كأقسام فرعية تدرج تحت « تجارية » أنواع الكتب التي ربما تكون لها في النهاية بمرور الوقت أقسام مستقلة منفصلة في بعض دور النشر الكبرى ، ولكن كثيرا من الناشرين عادة ما يعاملونها ككتب تجارية .

#### أنواع النشر

ان السرد الجزئي لأنواع نشر الكتب يتضمن الأقسام المبينة فيما يلي :



ولا جناح علينا من أن نكرر التعليق الذى ذكرناه مرارا وتكرارا من قبل فى هذا الكتاب ، وهو أن الإشارة الى « الأقسام » ينبغى ألا تكون تشبيها لآمال الناشر الصغير الذى ليس لديه أقسام . أننا نقصد بحسب أن نبين الطرق المختلفة للنظر الى مختلف أنواع النشر ، حتى فى دار النشر ذات الرجل الواحد .

١ - النشر التجارى : الكتب العامة من النوع الأكثر تداولاً طبعا ، فى تجارة الكتاب بالقطاعى ، بما فى ذلك الأدب والسر وكل الكتب غير القصص للقراءة العامة .

وتشمل أيضا الكتب عن الموضوعات الخاصة ، ولكنها عادة ما تعامل ككتب تجارية . أما الميادين التى تشملها فقد تكون شعرا أو دينا ، أو تجارة أو فنا أو موسيقى ، أو كتب صور ، أو كتب كيف تعمل كذا ، وكذا ، وهلم جرا .

ومن بين الميادين الرئيسية التى ستكون لها أهمية قادمة فى البلاد النامية - وهى كتب للأطفال للقراءة الترويحية - وهذه قد يشرع فيها ككتب تجارية ، ثم فيما بعد تصبح قسما منفصلا . أو ، بسبب استعمال مثل هذه الكتب للقراءة الإضافية فى المدارس ، فإن القسم التجارى وقسم الكتب الدراسية قد يميلان فيها معا ، فى كلا جانبى تنمية التحرير والتوزيع .

٢ - الكتب الدراسية : ( انظر الفصل الحادى عشر ) .

٣ - كتب الأطفال ( على حدة ، الى جانب الكتب الدراسية ) : انظر الفصن الثانى عشر . ولاحظ التعليق الوارد تحت « الكتب التجارية » المذكورة آنفا .

٤ - كتب التوزيع الكبير ( انظر الفصل الثالث عشر ) : هذه هى الكتب ، وعادة ما تكون ذات غلاف ورقى ، ودائما رخيصة الثمن . ومعظم مبيعاتها لا تتم فى محال بيع الكتب فحسب ، وإنما تباع على التفضد وعلى رفوف عرض الكتب حيثما يتجمع الناس .

٥ - نوادى الكتب وكتب الاشتراكات ( انظر الفصل الرابع عشر ) : لاحظ ان هذه طرق نشر يمكن استعمالها لكتب عن أى موضوع تقريبا .

اما كتب نادى الكتاب فهى عادة من النوع الذى نطلق عليه الكتب التجارية — أى للقراءة العامة . وكتب الاشتراكات فى الأغلب الأعم تندرج تحت فئة « مراجع » ، أو هى مجموعات من الكتب عن موضوع واحد .

٦ - كتب المراجع : هذه الفئة تتضمن المساجم « القواميس » ، والموسوعات ، والأطالس وما شاكلها ، وهى عادة تتضمن مشروعا طويلا وغالى الثمن من التنمية التحريرية .

٧ - الكتب الفنية \* والعلمية : على الرغم من ان الكتب فى هذه الفئة قد تستعمل احيانا ككتب دراسية فى الجامعات — ومعدل بيع مثل هذه الكتب قد يمثل بندا رئيسيا من بنود الدخل للناس — الا ان الميدان اوسع بكثير من ذلك .

وهى تشمل كل الكتب التى يسهم فيها العلماء والمهندسون والاختصاصيون الفنيون بمعرفتهم مع غيرهم من اهل المهن العاملين فى الميدان .

ومن ثم فان الكتب قد تكون تقارير بحوث أو كتيبات \* \* ، أو كتب مؤلفة مبتكرة تضيف جديدا الى المعرفة .

وفى كثير من الدول النامية ، فئمة تقليد استعمال كتب بالانجليزية أو الفرنسية ، بدلا من اللغة القومية للرجوع اليها فى هذه الميادين .

٨ - نشر البحوث العلمية المتخصصة : غالبا ما يستعمل هذا الاصطلاح لوصف الميدان الواسع للكتب التى يكتبها الباحثون والعلماء ، بما فى ذلك فئة « الكتب الفنية والعلمية » المذكورة آنفا .

---

\* كلمة فنية هنا هى الترجمة العربية لكلمة Technical وليست لكلمة Artistic ( المترجم )  
التي قد تتبادر الى ذهن القارئ .  
\* \* على غرار النوع المعروف بالدليل أو المرشد ( مثل دليل السائح أو دليل المعلم أو دليل الموسيقار وملم جرا ) . ( المترجم )

وهذا هو نوع النشر الذى تمثله فى الدول الغربية أعمال مطابع الجامعات ، ولكنه لا يزال فى بواكير أطواره فى الدول النامية .

وثمة دول فى أمريكا اللاتينية قد تقدمت فى هذا الضرب من النشر أكثر من زميلاتها فى آسيا وأفريقية . ولكن يمكن القول بصفة عامة أنه حتى الآن ، فإن معظم الدول النامية لم تستجب الاستجابة المرجوة ، لمبكات نشر البحوث العلمية عن مناطقهم وعلى يد علمائهم . فمثلا أحسن الكتب عن أفريقية الغربية ( التى تسود فيها اللغة الفرنسية ) أو أهل أفريقية الغربية ( الذين يتحدثون الفرنسية ) لا تزال تنشر فى باريس ، بدلا من داكار أو أبيدجان .

٩ - **كتب القانون** : يتفاوت الوضع تفاوتاً كبيراً من بلد لآخر . ولغة التعليم المستعملة فى مدارس القانون عامل من العوامل ، ولكن هناك مسائل إضافية تتعلق بما إذا كان القانون النابليوني أو القانون العثماني أو غيرها هو الذى يستعمل كأساس ، وتتعلق بوضع القانون المدنى فى مواجهة الشريعة الدينية ، والتأثير المتبادل للقانون المحلى والتشريعات القانونية العامة .

وبالنسبة لعديد من الدول النامية ، فثمة إمكانات واضحة ، لم تتحقق بعد ، لإنتاج كتب قانون تخدم الحاجات الخاصة لتلك البلاد على نحو لا يمكن للكتب الأجنبية أن تقوم به بأى حال من الأحوال .

١٠ - **الكتب الطبية** : تستعمل اللغات الأوروبية ( الإنجليزية والاسبانية والفرنسية والبرتغالية ) كلفة للتعلم فى معظم مدارس الطب فى الدول النامية . ولأن الأطباء الممارسين قد تعلموا بتلك اللغات وتدرّبوا على المهنة بها ، فانهم يميلون بصفة عامة ، الى طلب كتب بنفس هذه اللغات لكى يداوموا على الاطلاع والاستزادة فى ميادين تخصصهم .

بيد أن هناك عددا قليلا من مدارس الطب تستعمل لغات قومية غير أوروبية للتعليم ، وهناك عدد كبير من مدارس التدريب للخدمات المساعدة ، مثل التمريض ، وأعمال الصحة العامة ، والصحة المدرسية ، تكون فيها الكتب باللغة القومية ، ضربة لأزب .

وعلاوة على ذلك ، نشمة فرصتان خاصتان للنشر الطبى فى الدول النابفة :  
أحدهما هى ولفء حقفة أن معظم كفف الطب فى العالم تصءر من بلاد فى  
المنطفة المعتفلة ، فى حفن أن كففرا من المشكفالف الطبفة الخاصة للفول النابفة ،  
تمفبر وقفا على المنطفة المءارفة .

والفرصة الفاففة الخاصة ففمقفبما فسمى مفءان « الطب الوقافى » أى اءءاء  
كفف الفعلفم والكفففالف للناس الففن هم أقل فءرفبفا مهنفا وفعلفما من الاطباء ،  
ومع ذلك فسمون فافهفن ، وخصوصا فى المناطق النابفة ، إلى مساعءة الففن  
هم فى حاجة إلى الفءمة أو العنافة الطبفة ، فى حالة عءم وفوء الاطباء .

والكفف الخاصة بالاسعاف ، ورعاية الففل ، و« ماذا ففعل ففى ففى  
الطففب » ، فمكن أن فكون مففءة فى كل الفول .

بل وئمة امكاناف أومع فى فك الفول الفف ففبف رسفبفا فطة فءماف  
« الطب الوقافى » فى المءاففالف .

### مزفج من طرق النشر

ان قائمة أنواف نشر الكففب ، الفف سرءناها فى السفاف السابق ، هى  
بالطبع ، أبءم ما فكون عن أن فكون كامفلة .

وعلى أية حال ، فان فطوط الففمفم ففن الأنواف المءفلفة فامففة  
ومفبسة فءا .

والفرض الوحفء من سرءها هنا هو الافعاء إلى الناشر المبفءفء بالضروب  
المففوعة المءفلفة من الامكاناف الفف فى أنفظاره .

ولفس فمة ما فءعو إلى الفلق على الاطلاق فشان هل ففءرفج مشروع معفن  
فمن هءه الفئة أو فك . فالكففب المشار إلى أنفا : ماذا ففعل ففى ففى  
الطففب فمكن أن ففافول كففبف فجارى للففع عن طرفق مءال بفع الكففب ،  
أو فمكن أن ففءر فى طفبة رفففة للففوزفع الكفر أو فمكن أنفانجه بمففة  
فلفة لكى بفاع للقامفن بأمر فءماف وزارة الصءة « الوقاففة » .

والشيء الهام هو كـتـب سيـخـنـم الجـمـهـور ، عـلـى نـحـو ما ، ثـم بـعـد ذـلـك  
ايجـاد الـوسـائـل الـتـى تـجـعـل الجـمـهـور يـعـلـم بـوجـودـه ، ثـم جـعـلـه مـتـاحـا مـيـسـور  
الـشـراء فـى كـل مـكان تـوجـد فـيـه الـزيتـن .

وإبتغاء هذه المآرب ، فإن الناشر الذكى لا يشغل باله فى عدد الأقسام  
والفئات ، وإنما يركـز تفكيره فى أى الوسـائـل والسـبـل أفضـل واحـسن بالنسبة  
لكل كـتـب عـلى حـدة .

## الفصل الحادى عشر

# الكتب الدراسية

تستحق الكتب الدراسية اهتماما خاصا فى اى تفكير يتعلق بنشر الكتاب فى الدول النامية .

ذلك ان الخطوات الاولى نحو نشر الكتب محليا فى اية دولة ، من المرجح ان تكون فى ميدان الكتب الدراسية . ولا جدال فى ان ناشر الكتب الدراسية جزء من النظام التربوى للأمة ، تماما وبقينا ، كالمعلم سواء بسواء .

فثمة ضرورة يفهمها ويسلم بها الجميع ، بالنسبة للكتب الدراسية اكثر مما هى بالنسبة لاي نوع من الكتب قاطبة .

وتلك الضرورة ، مقترنة بالعدد الكبير من الأطفال فى المدارس ، تهىء امكانيات اقتصادية لنشر الكتب الدراسية لا توجد فى اى فرع آخر من فروع صناعة وتجارة الكتب .

ولكن هذه الامكانيات تواجها ايضا بعض الاخطار الاقتصادية ، وضروبا من الاجحاف او الخسارة فى الاعمال التجارية تفوق كل الميادين الاخرى .

فالناشر الذى يريد ان ينتج كتابا دراسيا جيدا يجب عليه ان يضع راس مال كبير فى عملية الاعداد التحريرى ، ويتعين عليه ان يصبر على بقاء ذلك الاستثمار لمدة اطول من الزمن كما هى الحال فى النشر التجارى .

ثم ان تجارة الكتب الدراسية الى حد كبير ، من المفروض ان يتم فيها ثلثا المبيعات تقريبا فى فترة لا تتجاوز ثلاثة اشهر . وربما يؤدى الناشر كل

ذلك العمل ، وينفق كل ذلك المال ، دون أن يعلم بالتأكيد ، أنه سيبيع  
أى بيع .

إن أية قصة من النوع الذى لا يزيد عن كونه مقبولا الى حد ما ، لابد  
وإن يباع منها عدد ما ، فى حين أن الكتب الدراسى ، حتى ولو كان يبدو أنه  
أحسن كتاب موجود ، قد لا تباع منه نسخة واحدة على الإطلاق ، إذا اتبعت  
السلطات التعليمية — وفى حالات كثيرة تكون هذه السلطات هى وزارات  
حكومية — نظام « تقرير كتاب دراسى واحد » فى تلك المادة على ذلك  
المستوى ، وتصادف أن اختيارها لم يقع على هذا الكتاب بالذات .

وسوف نعلق فى نهاية هذا الفصل على المشكلة العامة للمنافسة من  
أجل « الكتب المقررة » ، ولكن حتى فى مستهل هذا السياق ، يجب علينا أن  
نؤكد أن أعظم فرق اقتصادى بين نشر الكتب الدراسى ومعظم الأنواع  
الأخرى ، هو الطبيعة التنافسية الشديدة فى تجارة الكتب الدراسية .

إن الشخص الذى يقرأ قصة ، خليف ، على الأرجح أن يقرأ أخرى ، فى  
حين أن الأبوين اللذين يشتريان كتابا دراسيا فى الحساب للصف الخامس ،  
لطفلهما ، لا يمكن تصورهما كزبوتين لكتاب دراسى آخر فى الحساب للصف  
الخامس .

وهذا الاعتبار يقودنا الى تعليق عن الفروق فى نشر الكتب التعليمية على  
مستويات المدرسة المختلفة .

وثمة فروق اقتصادية من ذلك النوع الذى أشرنا اليه ، أى فروق فى درجة  
التنافسية ، ولكن هناك أيضا فروقا فى الحياة الى أن تتأصل الكتب بحيث  
تكون ممتدة الجنور فى ثقافة البلد المعنى ، ومن ثم تتفاوت الرغبة فى تقبل  
الكتب الأجنبية .

وثمة سلم تصاعدى موصول من المدرسة الابتدائية الى الجامعة ، وكلما  
ارتفع المرء فى هذا السلم كان من الأسهل ، خصوصا فى مواد معينة ،  
استعمال مؤلفات أجنبية .

وفي حالة الكتب المدرسية ، فانه على الرغم من أن المبادئ التربوية العامة المتبعة قد تكون واحدة في الكتب الأجنبية أو الكتب المحلية ، إلا أن المحتوى ينبغي أن ينبثق من الثقافة المحلية ، وأن يكون له مخرى بالقياس إلى خبرة حياة الأطفال الذين يستعملونها .

وعلى نقيض ذلك ، فإن كتابا دراسيا في الكيمياء مثلا ، على مستوى الجامعة ، قد يكون نافعا ومطلوبا سواء بسواء ( إذا كانت لفة كتابته الأصلية ميسورة الفهم ، أو ترجم ترجمة سليمة ) في بريطانيا أو بورما أو بوليفيا ، أي ما كان البلد أو الأصل .

وعلى هذا فإن أعظم الامكانيات المتاحة لنشر الكتب الدراسية الأصلية ، إنما تكون على مستوى الابتدائي في معظم البلاد ، وتليها في ذلك على مستوى الثانوي والمدارس المتخصصة ، وأقلها على مستوى الجامعة .

ولقد تحدثنا مرات عديدة في هذا الكتاب عن وظيفة الناشر كموجه ومشرف على الخطة الكبرى في نشر الكتب ، ووضع الاستراتيجية ومسئولته في تنظيم وتنسيق عمل الشركاء المتعددين .

وإن الحاجة إلى ذلك النوع من القيادة ، في ميدان نشر الكتب الدراسية ، لتفوق كل ضروب الحاجات الأخرى في كل الميادين الأخرى الخاصة بالنشر .

ذلك أن مواهب الناشر ، كدبلوماسي ومعلم ، ورجل أعمال ، كلها مطلوبة ، وكلها في سباق مع الأخرى .

وفوق ذلك كله ينبغي له أن يكون قادرا على فهم الحاجات التربوية ، ومن ثم يقود فريق المحرر والمؤلف والمصور والطباع في إنتاج كتاب خلاق بأن يشجع تلك الحاجات .

ونشر الكتاب الدراسي ، يعتبر طبعا مثل نشر أي نوع آخر من الكتب في وجوه كثيرة ، وليس من شك في أن كثيرا من الأفكار العامة التي ورد ذكرها في الفصول السابقة ، قابلة للتطبيق تماما على الكتب المدرسية .



أما هذا الفصل الزامن فقد وضع بصفة خاصة ، لمناقشة بعض الفروق والاختلافات فى الاعداد التحريرى وكذلك فى الترويج والبيع .

وقد يحدث من حين لآخر ان كل عملية انتاج كتاب دراسى قد تبدأ بتقديم مخطوط للناشر يستقر الرأى على أنه مقبول .

وعلى الرغم من أن ذلك لا يحدث كثيرا ، فان فحص المخطوطات المقدمة خليف بأن يكون ذا فائدة عظيمة .

وحتى ولو كانت المخطوطات نفسها ميؤوسا منها ، ولا تبشر بأى جدوى حسب مقتضيات النشر ، فلربما تؤدي الى افكار مرتبطة تفضى الى أنواع مختلفة من الكتب ، او تفتح مسالك الى كتاب جدد لم يكونوا فى الحسبان .

فاذا افترضنا أن الخارق والشاذ وغير المعتاد لا يحدث إلا نادرا ، وأن لازما على الناشر أن يأخذ المبادرة فى خلق مخطوط لم يوجد بعد ، فإليك الخطوات العادية التى تتبع فى اعداد وانتاج وتوزيع كتاب دراسى جديد ، نوجزها فيما يلى :

## ١ - اختيار الموضوع :

ان ناشر الكتاب المدرسى الناجح ، رجل أعمال ذكى ، ولكنه أكثر من ذلك .

انه ايضا معلم ورجل تربية ، مؤهل لذلك بحكم عمله وثقافته ، وبطبيعته تكريسه و إخلاصه للتعرض بالتعليم ورفع مستواه .

واذا لم يكن هو مزودا بهذه الثقافة التربوية ، فيتمتع عليه أن يكون له محرر للكتب الدراسية او عضو ضمن هيئة موظفى الدار فى مركز رئيسى يعطيه فى الواقع من الامر سلطة كلية لاتخاذ كل القرارات المتعلقة بالنواحي التربوية للكتاب .

ولكى يعرف الناشر حاجات السوق التى تتطلب اشباعا بالقياس الى الكتاب الدراسى ، فمن الجلى أنه خليف به أن يلم بالنظام التعليمى لبلده الملم كائنا .

وليس يكفى أن يرى ما يجرى وما يحدث وما يتم أدائه في الآونة الحاضرة ،  
وانما ينبغي له أيضا أن يعرف الاتجاهات السارية في التفكير وما تولى إليه  
بالنسبة لحاجات المستقبل ، وأن يلم بتغييرات المناهج التى هى موضع  
تخطيط وتدبير ، ويطرق ووسائل التعليم الجديدة التى هى موضع نظر ،  
وهلم جرا .

وانه لمن العيب اعداد كتب مطالعة بالفرنسية لتلاميذ الصف الأول  
الابتدائى بمدارس المغرب : مثلا ، اذا كتبت خطة التربية الجديدة قد رسمت  
على أساس تغيير لغة التعليم الى العربية فى ذلك الصف ابتداء من العام  
التالى .

## ٢ - اختيار الفريق ، لاعداد المخطوط

واذا تصالف أن كان الناشر أو محرره ، قد سبق له العمل بمهنة التعليم  
فى مادة معينة — التاريخ أو الرياضة أو اللغة ، الخ — قبل الالتحاق بمهنة  
النشر ، فمن الطبيعى أن يكون القائم بعمل المحرر الاصلى بالنسبة لذلك  
الكتب .

اما اذا كان على خلاف ذلك ، فهو مقيم بأن يستشير خبراء متخصصين ،  
حتى فى اثناء المرحلة الاولى لتقرير أى من المخطوطات ينبغي اعداده .

ويعد اتخاذ ذلك القرار فان اختيار المحرر للإشراف على اعداد وانا  
الكتاب هو اهم عمل نشر فى الكتاب الدراسى .

وقد يكون المحرر موظفا يعمل طول الوقت فى دار النشر . او يعمل على  
أساس جزء من الوقت لهذا الغرض بالذات ، بحيث يتناول اجرا لقاء هذا  
العمل ، او احيانا نصيبا معلوما من حقوق الطبع والنشر على أساس المبيع  
من الكتاب فى النهاية .

والمعلمون هم أكثر فئات الناس الذين يستخدمون فى هذا الغرض .  
ولهم ميزة واضحة فى هذا المضمار لصلتهم الوثيقة بالسبيل التربوى .

بيد أنهم ينبغي أن يكون لديهم أيضا — أو يزودهم الناشر — بفهم لسبيل النشر — بما في ذلك ، على الأقل ، الاسس الاقتصادية لنشر الكتب .

ولا مراء في أن دور الناشر دور بالغ منتهى الدقة : فهو « رئيس الفريق » بمعنى خلق الكتاب الدرامى ، وهو يتفق معهم على المكافاة ، وعادة ما تكون على اساس نصيب طبقا لكمية المبيع .

ومن المرجح أيضا أنه يستدعى مستشارين لمراجعة أحكامه وأحكام مؤلف الكتاب .

وعادة ما يتقاضى المستشارون أجورا على أساس مقدار الوقت الذى يعطونه .

وقد يكون المستشارون مفتشى وزارة التربية ، أو خبراء قارئین من احدى كليات المعلمين ، أو معلمين من العاملين فى ميدان المادة التى وضع فيها الكتاب .

وبعد ذلك ، يمين الناشر رساما أو مصورا قد يكون هو نفسه مصمم الكتاب ( انظر الفصل السادس ) ، وعاد ما يتقاضى أجره على أساس مبلغ محدد بالاتفاق حسب كمية ونوع العمل .

فاذا كان المصور أو الرسام لن يعمل أيضا كمصمم ، وإذا كانت دار النشر مؤسسة صغيرة ليس لها مصمم ثابت منتظم فى هيئة موظفيها ، فلربما يرغب الناشر ، حتى فى هذه المرحلة المبكرة ، أن يقرر اختيار الطابع الذى يراه مناسباً .

وبهذه الطريقة ، فإن معرفة الطابع بالمشكلات الفنية تصبح فى متناول يد بقية الفريق فى أثناء مرحلة التخطيط .

وهذا هام ، طبعا ، ليس فقط من أجل مظهر الكتاب ، ولكن فى تقدير مسائل الكلفة التى سوف تتجم دائما كلما اتخذت قرارات بشأن تفاصيل الإنتاج .

وحيث أن يكون الناشر قد جمع فريقا كبيرا نوى معرفة ومهارات متخصصة ،  
فى وسعه أن يستقى منها جميعا ويلخذ منها مددا موصولا لاتنتاج أحسن  
كتاب دراسى مستطاع .

وثمة تحذير لازم فى هذا المقام بشأن الضرر الناجم من «قرارات اللجنة» .  
فهناك خطر ضياع وتبديد القرارات الفردية الشخصية فى خضم الجماعة .

وقد تكون الحصيلة النهائية فى تلك الحالة ، هى أداء أو عيلا مفتقرا الى  
الالهام والابتكار ، متعبا القواعد الدارجة التى لا تحوج الى رأى أو اجتهاد .  
وليس فى وسع أى عضو من اعضاء اللجنة أن يعارضها ، ولكنها تحول دون  
انبثاق افكار غضة طازجة حقا ، تتميز بشحذ الهمم وتحدى الجهود . وفى  
كثير من الدول التى قطعت شوطا ملحوظا فى مضمار صناعات الكتب ، حدث  
رد فعل واضح ضد الكتب التى اتبع فى انتاجها سبيل القواعد الدارجة الخالية  
من كل الهام أو ابتداع .

وثمة محاولة فى الآونة الحاضرة لاعادة وضع المؤلف فى مركز مسرح  
الاحداث ، بحيث يتسنى لمبقريته ، وقتحررت من كل قيد ، أن توقظ العقول  
الفنية .

وبعبارة أخرى فإن الناشر الحصيف ، على الرغم من قيامه بدوره « كرئيس  
للفريق » يملك سلطة اتخاذ القرارات النهائية ، الا انه قمين بأن يفسح  
المجال — على أوسع نطاق متاح — للمؤلفين المبتكرين ذوى الفكر المنخيل  
الذين اختارهم لى يقوموا بمهمة الكتابة .

## ٢ — رسم الخطوط الأساسية للكتاب

بعد اختيار اعضاء الفريق ، ولكن قبل البدء فى الكتابة ، يجب الوصول الى  
اتفاق على عدد كبير من المسائل .

فاذا كان من المزمع تخطيط اصدار سلسلة ، فلا بد من الاتفاق على عدد  
مجلداتها ، ومحتوى وحجم كل منها — وربط ذلك دائما بالمنهج الدراسى

الرسمى والتعديلات أو المراجعات المحتملة في المستقبل . ثم بعد ذلك يعود الى نفر من المؤلفين بكل مجلد على حدة .

وثمة قرار من أهم القرارات التي تتخذ ، في الاعتبار الاقتصادي ، وكذلك في الاهلية التربوية ، يتصل بالرسوم والصور التوضيحية : كم عددها ، وبأى وسيلة وإى نوع من الطبع يستعمل في نقلها أو نسخها ، وكم عدد الألوان ، وأين توضع في الكتاب ، وهلم جرا .

ويجب أن تكون لدى كل عضو في الفريق فكرة واضحة عن العمل الذي يسهم به ، وكيفية ارتباطه بعمل الآخرين .

ويجب الاتفاق على جدول مواعيت للعمل ، ليس فقط لكي يؤدي كل طرف من الأطراف عمله في الوقت المناسب دون تعطيل للآخرين ، ولكن أيضا لضمان أن رأس مال الناشر المستثمر في أثناء هذه المرحلة الاعدادية لا يحتبس فيها الا لأتصر مدة ممكنة .

وفي رسم الخطوط الرئيسية للتصميم والانتاج ، فإن سعر بيع الكتاب يعتبر طبعا ، من أهم العناصر التي ينبغي أن توضع نصب أعين الجميع .

وفي كثير من البلاد ، فإن شراء الكتب المدرسية يكون في يد وزارة التربية والتعليم ، ودائما ما تكون ميزانيات الوزارة تحت وطأة ضغط كبير .

وفي بلاد أخرى ، على الرغم من أن الوزارة أو المدارس قد تخزن الكتب ، إلا أن آباء الأطفال هم الذين يتعين عليهم شراؤها ، وهم لا يستطيعون ذلك الا بتضحية كبيرة .

ومن ثم فإن اختيار الوزارة أو المدارس خليف بأن يبنى أساسا ، دائما ، أو على الأقل جزئيا ، على سعر البيع ، سواء بسبب الميزانية أو لأنهم يعرفون مستوى الدخل المنخفض لفئة الآباء المتوسطين .

ومن ثم فإن أفكار فريق التحرير لاتنتاج كتب مشوقة وجذابة ، يتعين دائما

أن يحكم عليها ليس فقط بالقياس الى ميزتها وقيمتها وجدواها الذاتية ،  
ولكن أيضا بالقياس الى النفقة .

ان قصة او كتابا تجاريا يبدو انه باهظ التكاليف ، ومن ثم غالى الثمن ،  
خليق بأن يفقد بعض مبيعاته ، ولكن كتابا دراسيا غالى الثمن جدا قد ترفض  
الوزارة الموافقة عليه ، ومن ثم لا يباع على الاطلاق !!

وفيما يلي نقدم لك ثلاثة أمثلة لمسائل قد يواجهها الفريق في وزن جانبية  
الكتاب وفعاليته التربوية في كفة ، وتكلفته وثمرته في كفة أخرى .

يقرر الفريق أن الكتاب ، من الناحية المالية ، ينبغي أن يستعمل الألوان  
السادة والألوان المظلمة للرسوم التوضيحية . ولكن الناشر يصر أن في وسعه  
أن يوفر نسبة مئوية من الكلفة في كل نسخة في طباعة ٥٠٠٠ نسخة اذا استعمل  
نوعا معيناً موجوداً من الورق . بيد أن الألوان المظلمة اذا طبعت على ذلك  
الورق فسوف تبدو كالوحد ومنفرة . وبعد مناقشة طويلة مع فريق  
التحرير ، يرى المحرر أن كل فكرة تحتاج الى رسوم توضيحية يمكن عرضها  
بوساطة رسم بالخطوط فقط ، دون حاجة الى الألوان المظلمة . وعلى هذا  
يرجع الناشر كفة الورق الأرخص بدون الألوان المظلمة ، الأمر الذي يترتب  
عليه سعر بيع أرخص للكتاب .

**مثال ثلث** ، قد يقرر الفريق أن الكتاب الدراسي الجديد ينبغي أن يقتصر  
بدليل للمعلم يزود فصلا فصلا باقتراحات عن كيفية استخدام الكتاب ،  
والمناسط المختلفة في قاعة الدرس التي تجعل تعليم المادة أكثر جدوى  
وفاعلية ، وكذلك ( اذا كان ثمة مكتبت مدرسية في البلد ) قراءة اضافية  
مشوقة للأطفال ومفيدة تربويا في آن . واتفق المؤلفون على اعداد دليل  
المعلم بدون تقاضي أجر اضافي لقاء هذا العمل ، ووافق الناشر على تقديم  
نسخة مجانية من الدليل لكل معلم يستعمل الكتاب كمبرر دراسي .

وكلفة انتاج هذا الدليل أو الكتيب يجب أن تسترد من دخل مبيعات الكتاب  
الدراسي .

وعلى هذا فان كلفة الدليل أو الكتيب يجب أن تنخفض الى الحد الأدنى لتتلافى  
ضرورة زيادة سعر بيع الكتاب الدراسي .

وبعد المناقشة مع الفريق ، فإن الناشر يقرر أن الجانبية المادية في دليل المعلم  
ليست هامة بالنسبة للمعلمين مثلما هي بالنسبة لكتب قراءة الاطفال ، وأن دليل  
المعلمين يمكن نسخه بالآلة الكاتبة وعمل نسخ منه بثمن مخفض ، ولكن  
بطريقة الـ *memeograph* مثلا .

وقد يقرر الفريق أن الطبع يلونين أمر مرغوب فيه وله ما يسوغه . وآية ذلك  
أن الكتب المستوردة التي تم فحصها وجد أن بعضها يستخدم أربعة ألوان .  
وشهد خبراء التربية من أعضاء الفريق بالآثر الملهم للألوان في إثارة اهتمام  
وشغف الناشئة من القراء . ولكن استعمال لونين خلق بزيادة سعر البيع  
بنسبة ٢٥ في المائة أو أكثر ، والناشر يخشى أن مثل تلك الزيادة قد تسبب كساد  
الكتاب فلا يباع . وعلى هذا فهو يحث الفريق على إعادة النظر ، والتفكير في  
طرق أو وسائل أخرى ، الى جانب اللون ، لإثارة اهتمام وشغف المتعلم .  
ويستجيب الفريق الى هذا التحدي باقتراح اعطاء مزيد من الاهتمام لرسم  
الأبيض والأسود ، وادخال أمثلة حية نابضة ذات مناظر متعددة في تنظيم  
المتن وأشكال توضيحية على الصفحة .

ومن ثم يتخذ قرار بالاستغناء عن اللون الثاني ، إلا بالنسبة لكتاب السنة  
الأولى التحضيرية ، ذلك أن هذا الكتاب يكاد يتألف في مجموعه من كتب  
صور ورسوم على أية حال ، واللون يعتبر فيه عيبا جوهريا . ومع ذلك  
فإن زيادة ٢٥ في المئة في السعر تبدو ضريا من الحال .

ولتجبر هذه النفقة الإضافية في ذلك الكتاب الأول من السلسلة ، فربما  
يقرر الناشر انقاص حجم الكتاب من ٩٦ الى ٦٤ صفحة .

## ٤ — المخطوط الأولى والنسخة الأولية

• عندما يتم وضع المخطوط الرئيسية ، تنتقل المسؤولية مؤقتا الى المؤلفين .

وفي الامسيات او في ايام نهاية الاسبوع ، او كلما وجدوا نسخة من الوقت للكتابة ، فان الناشرين يشرعون في تحويل المخطوط الرئيسية والخطة الموضوعية الى صفحات حقيقية في شكل مخطوط .

• لقد بدأ سبيل الكتابة الخلاق

ويظل الناشر على صلة وثيقة بالمؤلفين في اثناء تلك الفترة . وهو يبذل كل ما في وسعه للدفع قدما بالكتابة ، وللمساعدة المؤلفين على التغلب على مشاعر الاحباط او القلق التي كثيرا ما تساورهم في هذا الضرب من العمل .

وقد يستدعى نقرا من المستشارين لتوضيح ما قد يعنى من التباس أو غموض في خطة الكتاب الموضوعية . ويكاد يكون من المؤكد أنه لابد وأن يعقد سلسلة من الاجتماعات لتبادل الرأي مع المؤلف والرسام .

والخيرا اذا اكتملت الكتابة في صورة مخطوط ، عادة ما يكون في فصول متفرقة ، فانه يتخذ سبيله الى مكتب دار النشر ويظهر في الطور الاول من مراحل نموه . وبعض المخطوطات في هذا الطور تكون المعية ذكية ، والبعض الآخر يفرض مشكلات تتطلب لباقة وخيال المحرر وهو يعمل مع المؤلفين والمستشارين في مراجعة المادة .

وفي بعض الحالات الأخرى قد يجد من الضروري اجراء بعض التغييرات بتغيير مؤلف جزء واعطاء الجزء لمؤلف آخر بحيث يعهد الى كل منهما بكتابة جزء الآخر ، بل وقد يأتى بمؤلفين جدد .

• والخريرا يكتمل المخطوط الاولى والرسوم وتصبح في صورة جاهزة .

وفي هذه المرحلة تكون انتقادات المستشارين وغيرهم من القراء الناحسين قد نظر في امرها ووضعت موضع الاعتبار ، وتم اجراء التغييرات والتعديلات



المطلوبة ، اذا كان لها ما يسوغها بسبب تلك التطبيقات • وفى هذه المرحلة أيضا يكون أسلوب كتابة المتن قد فحص فحصا دقيقا ، وتكون الرسوم التوضيحية والشرح قد درسها وفحصها المؤلفون والمستشارون •

وأخيرا يبلغ المخطوط النقطة التى يبدو عندها مقبولا الى أقصى درجة فى وسع الفريق برمته • ولكن أهم ناقد - لم يؤخذ رأيه بعد - ولم تتم استشارته - الا وهو الطفل نفسه •

ان المال الذى يستثمره الناشر فى اعداد الكتاب ، يعتبر مبلغا كبيرا جدا ، ثم ان كلفة انتاج الكتاب فى طبعة كبيرة الجدد لابد وأن تضيف المزيد الى هذه المخامرة المحفوفة بضرور الاحتمالات ، الأمر الذى يجعل اختيار نسخة اولية على محك التجربة مسألة بالغة منتهى الدقة بالنسبة للكتب الدراسية ، خصوصا على المستوى الابتدائى •

والنقطة الاضافية التى تتفق فى هذا السبيل ، قيمة بأن تثبت فى كثير من الاحيان أنها وفرت مالا فى نهاية المطاف كان خليقا بأن يضيع لولا هذا التحوط • وما أكثر اجزاء مخطوط ما التى لا يستطيع ان يفهمها الأطفال •

وما أكثر الاجزاء التى تبدو لفظة شبيهة عند الكبار ، وهى لا تنتج الا الملل والسأم والنفور عند الناشئة من القراء •

وفى هذه المرحلة من دورة التجريب فان الناشر يحاول التماس عون اثنين من المعلمين الانكياء ، وليكن من ثلاث مدارس مختلفة وفى مناطق مختلفة ، تكون لديهم الرغبة والمقدرة على اختبار الكتاب مع طلابهم •

والشرط الاساسى اللازم توافره فى هؤلاء المعلمين هو الحيدة التامة ، بمعنى الا يكونوا ضمن من اشتركوا فى اعداد المخطوط حتى يكون الحكم موضوعيا نزيها ما أمكن •

فاذا جرب كل معلم النسخة الاولى فى فصله ، فان المادة تكون ، من ثم ، قد اختبرها ما يتراوح بين ٢٠٠ و ٢٥٠ طالبا •

وعادة ما يقدم الناشر النسخة الاولى مجانا ، ثم يدرج ثمن ذلك فى حسابه للمجموع الكلى للنفقة عندما يحدد ثمن بيع النسخة العادية فيما بعد .

وعادة ما يعاون المعلمون فى التجربة بلا مقابل مدى على سبيل الاسهام فى تحسين التربية .

ومن الطبيعى ان الناشر ينتج النسخة الاولى فى ارخص شكل ممكن ، مثل النسخ بطريقة الكحول أو ورق الشمع ، أو ( اذا وجد ) بطريقة النسخ الجاف xerography

### ٥ - النسخة الأخيرة

ما لم يظهر اختبار النسخة الاولى وجود اخطاء تتطلب اعادة كتابة شاملة ، الامر الذى يجعل نسخة اولية اخرى لازمة ، فان المخطوط يكون قد بلغ الآن نهاية شوطه الطويل .

وثمة مراجعات بسيطة تتم فى المتن نتيجة لتجربة قاعدة الدرس ، ثم يضع الرسام عمله الفنى فى شكله النهائى . بل ان نفس الخطوات فى التصميم والانتاج التى سبق تناولها فى الفصلين السادس والسابع تتبع بمزيد من الدقة والعناية فى حالة الكتب الدراسية اكثر مما هى الحال فى الكتب الأخرى .

ويعد المصمم - الرسام نموذجا للكتاب بأكمله لكى يوضح للطباع ، صفحة صفحة ، كيفية تنظيم الطبع والرسوم التوضيحية بالضبط .

وليس ثمة كتاب أحق بالتاكيد من دقة قراءة تجربة الطبع ، اكثر من الكتاب الدراسى . ذلك أمر فى غاية الأهمية بالنسبة لجميع الكتب عموما ، وبالتالى الى الكتب الدراسية خصوصا ، ليس فقط من قبل الطباع ولكن أيضا من قبل المحررين والمؤلفين .

وعندما يحين لوان بدء عمل المطبعة ، فمن الافق أن يكون المصمم - الرسام حاضرا فى دار الطباعة للتثبت من وجود الرسوم فى مكانها الصحيح بالضبط ،

ومن اعتدال واستواء اللون الأسود في الطباعة ، وغير ذلك من التفاصيل الأخرى .

وهذه اللحظة حاسمة في تاريخ الكتاب ، اذ عندها يكون في وسع الناشر ان يصر على نفس المستوى الرفيع للأداء من الطبع ، الذي اصر عليه من فريق التحرير طوال المراحل السابقة من أول الامر .

بل في الواقع من الامر ، ليس من غير المألوف في بعض البلاد ان يتولى ممثل للناشر عملية المراقبة والاشراف طوال فترة طباعة الكتاب .

## ٦ - الترويج والبيع

من ضمن مزاي نشر الكتاب الدراسي بالقياس الى الأنواع الأخرى هو ان الذين يبيدهم زمام السوق ، من السهل التعرف عليهم والوصول اليهم .

فموظفو وزارة التربية والتعليم ، ونظار المدارس والمعلمون — هؤلاء هم الذين يشترون الكتب المدرسية او يختارونها او يوافقون عليها ، ومن ثم يتسببون في شراء الآخرين لها .

وأولئك الناس الذين يؤثرون في بيع الكتب الدراسية عددهم قليل نسبيا ، والمسالك المؤدية اليهم مفتوحة امام الجميع .

وعلاوة على ذلك ، فلتهم باعتبارهم من اهل مهنة التربية المتخصصين ، فهم خليقون بأن يكونوا في غاية الاهتمام بتعلم اساليب جديدة وطرق جديدة في التعليم .

والسبل المستعملة في اعلام هؤلاء المسكين بزمام هذا الامر واصحاب النفوذ والتاثير في البيع ، بكتب جديد ، تكاد تكون واحدة في معظم البلاد :

١ - نسخ التقرير الى المجلات التربوية المناسبة ، القومية والدولية .

٢ - الاعلان في المجلات المهنية - ويختلف الناشر بشأن قيمة هذا النوع من الاعلان ، ولكنه في الواقع من الامر يتيح الاعلان في مثل هذه المجلات قبل

ظهور أى تقرير بوقت طويل ، بل أن الناشر — إذا أراد — يمكن أن يجعل هذه الاعلالت تظهر قبل نشر الكتاب .

٣ - رسائل بالبريد للموظفين الرسميين التربويين ، ونظار المدارس الخ .  
وعلاوة على هذه الرسائل الخاصة بالبريد عن كل كتاب جديد الى هذه الاسماء المدرجة فى قائمة الناشر ، فانه عادة يرسل كتالوجا سنويا بالبريد يحتوى كل كتبه المدرسية .

٤ - المعارض فى الاجتماعات المهنية .

٥ - نسخ التقديم . على الرغم من أن بعض الناشرين يجنحون الى أن يجعلوا أيديهم مخلولة فى اعطاء نسخ مجانية لاغراض الترويج — ويفرطون فى الحذر فى هذا الصدد الى حد الشح . وليس من شك فى أن العملية باهظة التكاليف ، الا أن أغلبية أهل الخبرة فى ميدان نشر الكتب الدراسية يرون أن هذه الطريقة هى أهم سبل الترويج وأكثرها فعالية . ذلك أنها تضع فى أيدي الزبون المرجو النفع المأمول الكسب من حيث امكاناته المقبلة نسخة من الكتاب ذاته ، بلحمه ودمه ، لكى يتسنى له الالمام به ، على أمل أن يختاره ويذكره .

٦ - اتصالات مندوب البيع : يتصل ممثل أو مندوب الناشر ( سواء أكانوا يعملون على أساس طول الوقت أو بعض الوقت ، وسواء أكانوا يتقاضون مرتبات شهرية ثابتة أم يعملون على أساس نسبة فى الأرباح حسب البيع ) ، اتصالات مباشرة أو غير مباشرة ، شخصية برجال التربية ، ويجهلون معهم نسخا من الكتاب ويشرحون مزاياه .

وحتى الناشر الصغير للكتب الدراسية قد يضطر لاتخاذ هذا السبيل ، خصوصا فى طرق ابواب المدارس فى المناطق النائية ، اذا كان اختيار الكتب فى يد كل مدرسة على حدة ، وليس بوساطة وزارة مركزية . واذا كان تقرير الكتاب الدراسى مركزيا ، فان رئيس دار النشر عادة ما يجرى اتصالاته ومفاوضاته ومعاملاته مع الوزارة ذاتها .

وإذا تمت الموافقة على أكثر من كتاب ، فإن كل ناشر خليك بأن يزود نفسه بأحسن تمثيل فى وسعه فينوب عنه ممثلوه فى طول البلاد وعرضها ، ابتغاء أن تعرف المدارس وبائعو الكتب مزايا كتابه والتأكد من جعله فى متناول أيديهم .

وعلى الرغم - كما أشرنا فى مستهل هذا الفصل - من أن الكتب الدراسية يتعين أن تتجه اتجاهها قوميا ومن ثم فإن السوق المحلية هى مناط اهتمام ناشر الكتاب الدراسى ، إلا أن هناك إمكانات متاحة للتصدير .

وهذه الإمكانيات تكون طيبة ، على الأخص ، عندما تكون اللغات القومية واحدة ، وتكون هنالك أوجه شبه أساسية فى الاقتصاد القومى والثقافة القومية . وإذا كان سوق التصدير محدودا وصغيرا ، فخير ما يفعل لخدمة هذا السوق هو بيع نسخ من طبعة الناشر الأصلية .

أما إذا كان سوق التصدير كبيرا ، فإن الناشر الاصيل خليك بأن يخول ناشرًا فى بلد آخر سلطة إصدار طبعته الخاصة من نفس الكتاب ، وربما بشيء من التعديل أو التصرف ليكمل الكتاب أكثر قبولا ورواجا فى البلد الجديد .

وهذا الترخيص بطبع ونشر طبعات أجنبية ، والتي عادة ما تكون على أساس دفع أجر لقاء حقوق الطبع والنشر ، قد يكون جزءا من سبيل مزدوج من التدفق الثنائى .

إن شبكة من مثل هؤلاء الناشرين المتعاونين خليفعة بأن تنجب فى المدى الطويل مناهزة عملية للنشر الإقليمى الذى يعطى اقتصاديات هائلة وفرصا مديدة الأجل للتقدم فى النشر . وهذه الطريقة جذابة بصفة خاصة إذا كتلت الكتب ذات صفحات كثيرة الألوان يمكن انتاجها بثمن رخيص فى مكان واحد لطبعات ناشرين مختلفة ، على الرغم من أن بقية الكتب تصنع محليا فى كل على حدة .

## ٧ - تقرير الكتاب الدراسى

إن ناشر الكتاب الدراسى ، فى تدبيره لرأسمال كبير يستثمره فى كتل جديد أو سلسلة من الكتب ، ينبغى طبعا أن يكون عنده توكيد من السلطات الرسمية

بأن كتابه سيوافق عليه رسميا أو يقرر رسميا ، إذا قام بهذه المغامرة • بل انه ربما يسمى في أن يكون كتبه أو سلسلته هي الوحيدة التي يقع عليها الاختيار ، ومن ثم تضمن له احتكارا .

وهذا الموقف من جانب الناشر ليس فقط مفهوما ومعنورا لانه يريد أن يقلل مغامرته ومجازفته الى الحد الأدنى ويزيد من ربحه ، ولكن ثمة حجة أخرى في هذا الصدد يمكن أن تقال دفاعا عن قضيته ، وهي أن مثل هذا الاستثمار في الاختيار قد يكون من المصلحة القومية .

ويمكن الإشارة الى انه قد تكون ثمة مزايا تربوية ومالية عن طريق التركيز على كتاب واحد أو سلسلة من الكتب بدلا من تبديد الموارد على العديد منها .

ويمكن أن تصاق حجة أخرى بأن من الممكن توفير الكثير من النفقة وذلك بانتاج طبعات كبيرة من عدد قليل من الكتب بدلا من طبعات قليلة العدد من كثير من الكتب •

وهذه الحجج مشروعة وصحيحة وتستحق الاعتبار الجدى •

بيد أن الناشر خليك بأن يدرك في نفس الوقت انه اذا اتبع مبدأ تقرير كتاب معين دون سواه ، وتصادف أن كتبه لم يكن الكتاب المختار ، فإن ابواب السوق توحد في وجهه .

ثم ان مصلحة الناشر التربوية المهنية خليقة بأن تبين له ميزة « التنافس في التفوق والاتفاق » بين الكتب •

وهو يعرف انه اذا منحت الموافقة الرسمية لكتاب واحد فقط ، وغمرت اعداد كبيرة منه سوق التداول فستكون ثمة مقاومة كبيرة للتغيير ، بصرف النظر عن الحاجة الى مراجعة الكتاب أو تنقيحه أو وجود كتاب أحسن منه •

ولهذه الأساليب ثمة سعى موصول لحل وسط نحو ما يرضى كلا الطرفين في أن واحد •

ثمة حاجة لسبيل يتحاشى الآثار الضارة المخدرة لطريقة الموافقة على كتاب واحد دون سواء ، وفى نفس الوقت يتحاشى أيضا التبعيد المالى للتبذير فى نشر أعمال تتنافس تنافسا مباشرا .

ومن بين هذه الحلول الوسط ، حل يتضمن الموافقة التمددية لا الإحادية ( ولكن فى نطاق عسدد محدود لا يتجاوز أربعة أو خمسة كتب ) من جانب سلطة مركزية ، مع توافر الحرية لكل مدرسة على جيدة ، أو طائفة من المدارس لتقرير كتابها الواحد المختار من بين قائمة الكتب التى ووفق عليها مركزيا .

وهذه الطريقة تبشر بالخير بصفة خاصة ، عندما يكون هناك عدد كبير من نظم المدارس المنفصلة ، كما هى الحال فى نطاق كل ولاية من الولايات المتحدة الأمريكية ، أو فى نظم المدارس الخاصة التى تتبع كل منها نظاما مستقلا عن غيرها مثل مدارس الحكومة والمدارس التابعة للكنيسة والمدارس الأهلية فى كثير من البلاد الأفريقية .

وكجزء من أية خطة مثل هذه ، فينبغى أن يكون ثمة فهم واضح بأن أية موافقة ، على أى مستوى ، إنما هى لأجل مسمى ، عادة ما يكون زهاء أربع أو خمس سنوات .

وهذا الاتفاق على مدة الأجل الذى تكون فى أثناؤه الموافقة سارية المفعول له ميزة مزدوجة ذات شقين : نهى تضمن للنشر سوقا راسخة لمدة معقولة من الزمن ، ولكتها فى نفس الوقت تضع نهاية للاحتكار ، لكى يتسنى اعتبار كتب أحسن محل الكتب القديمة ، بعد ذلك الأجل .

والشئ الهام هو أن الناشر ، كرجل أعمال ورجل قريبة فى آن ، يدرك مصلحته فى المحافظة على جعل مجال نشر الكتب الدراسية مفتوح الأبواب بقدر الامكان - وكلا النشر والتعليم خليقان بأن يستفيدا اذا وجد الناشر وزملائه تشجيعا موصولا وتخصيصا مستمرا لانتاج كتب أحسن وأحسن على الدوام .

## كتب الأطفال

ان كتب الأطفال هي أهم كتب في العالم طرا ، ما في ذلك اننى ريب ،  
لاسبب ودواع عديدة .

وهذا صحيح ليس فقط بالنسبة للكتب الدراسية التى تستعمل فى قاعات  
الدرس للتعليم والتدريب ، وانما أيضا بالنسبة لكتب الأطفال التى يقرءونها  
للتسلية أو المتعة خارج نطاق مناهج التعليم المقررة بالمدارس . فالكتب  
الدراسية ليست كافية ولا وافية بالنسبة لبلد ترتفع فيه نسبة محو الأمية  
على نحو موصول ، مع وجود نقص فى المعلمين الصالحين .

ان الكتب التى فى وسع الناشئة قراءتها للمتعة الشخصية والفائدة . مطلوبة  
فى كل بلد ، ولكن مطلبها أكثر الحاحا فى الدول النامية بصفة اخص .

ولم يعترف الناس دائما بالقيمة العملية لكتب الأطفال ، الى جنب الكتب  
الدراسية . ففى الماضى جنح كثير من القائلين على أمر التربية — وخصوصا  
الإداريين التربويين — الى اعتبار كتب الأطفال ضربا من « الترف » الذى  
لا تطيقه الا البلاد الغنية .

بيد ان ثمة اعتراغا آخذا فى الإزدياد بأن تشجيع نشر الكتب للقراءة  
الإضافية والقراءة العامة ، خلق بأن يكون « اقتصادا » وثمارا من وجهة  
النظر القومية .

ان قصة من قصص الأطفال ، أو كتابا من كتب الحقائق الإعلامية ، من  
التوع الذى ينمى شغف الطفل ويثير اهتمامه ، ويحضره على المزيد من



القراءة من الممكن أن تكون إحدى الوسائل التربوية الرخيصة جدا والفعالة جدا في نفس الوقت .

ومن الممكن أيضا أن تكون الوسيلة المجدية لتوفير المال التربوي الضخم الذي يستثمره البلد في تعليم الطفل القراءة .

فإذا كانت ثمة كتب يستطيع الطفل بواسطتها أن يتدرب على فن القراءة لدواعيه الخاصة به ، فإن تعليمه خليك بأن يستمر الى حد ما ، على الرغم من المعلمين غير الصالحين ، أو حتى على الرغم من انسحاب الطفل من المدرسة .

وعلى الرغم من أن قيمة كتب الأطفال للقراءة العامة قد ازداد الوعي بها الآن ، واتسع نطاق الاعتراف بها ، إلا أن هذا الوعي لم يقتصر بالعمل اللازم حتى الآن في معظم الدول النامية .

ان عشرات من هذه الدول تنفق بسخاء واقدام قسطا كبيرا من مجموع ميزانياتها القومية على أعمال تعليمية وتربوية أخرى ، ولكنها تحجم عن تخصيص المقدار الإضافي الضئيل اللازم لتزويد هذا العنصر الحاسم .

### اسباب تركيز الاهتمام على كتب الأطفال

كما سنرى عندما نتصدى لمناقشة اقتصاديات كتب الأطفال في السياق اللاحق ، فليس في وسع الناشرين ، ولا رجال التربية ، ولا أمناء المكتبات ، أن يفعلوا ما ينبغي بمفردهم . عليهم أن يعملوا معا متعاونين متكاتفين . فإذا لم يفعلوا ذلك ، فلن يحدث غير اليسر ، إذا هو حدث .

بيد أن حوافز الاهتمام المشترك بكتب الأطفال تكاد تكون غامرة شاملة .

١ — **علوة القراءة** : ان القارئ من الناشئة في مرحلة العمر بالضبط التي تتشكل فيها عادات الحياة الباقية مدى الحياة .

فاذا تسنى لهم الحصول على كتب مجزية لهم ، فقد يصبحون قراء كتب مدى الحياة ، اما اذا حرموا منها ، فأكبر الظن ، بل اقوى اليقين ، ان فن القراءة نفسه لن يجد اليهم سبيلا .

٢ — **الاعداد** : لان عدد الاطفال بالمدارس كان قليلا جدا في الماضي عند كثير من الدول النامية ( ٧ في المئة في اندونيسيا وقت الاستقلال ) فان عدد القادرين على القراءة والكتابة بين الكبار ، ضئيل نسبيا .

ولكن حمدا للتوسع المدهش للتعليم في السنوات الحديثة ، الذي يرجع اليه الفضل في أن عدد القادرين على قراءة الكتب زاد زيادة كبيرة بين الناشئة .

٣ — **العلاقة بالتعليم** : ليس ثمة كتاب دراسي في وسعه ان يروق كل الأنواع ويفتح في ارضائها ، كما انه ليس في وسعه ان يقدم المادة القرائية الكافية لاشباع الناشء الذي تعلم متعة القراءة وذاق حلاوتها .

وعلاوة على ذلك ، فحتى اذا كان الكتاب الدراسي المقرر في قاعة الدرس ، كتابا جيدا صالحا ، فلا يمكن ان تكون فيه الجاذبية أو الروق للقارئ الناشء لكتاب يريد ان يقرأه لدواعيه الذاتية الخاصة بدلا من قراءته لانه أمر أو كلف أو أرغم على قراءته .

٤ — **المثل العليا والوحدة القومية** : ان كتب الاطفال الصالحة خليفة بأن تفرس المثل العليا ، وتسهم في خلق شعور بالوحدة مع الناس الذين يمشون في اجزاء أخرى من الوطن . وهي خليفة بأن تحقق هذه الأمور بطرق مقبولة سائغة لقارئ ناشئ يميل الى الاعراض عن « الوعظ » المباشر ، بل ويقاومه وينفر منه .

٥ — **التثقيف في اهل البيت** : ان طفلا واحدا قادرا على القراءة والكتابة — في اهل البيت — خليف بأن يحدث تأثيرا عظيما ، ليس فقط في اخوانه و اخواته الذين سيجنحون ايضا الى تعلم فن القراءة ، وانما أيضا على ابويه

الأميين اللذين يشعرون بالفخر ، اذ يقرأ عليهما أطفالهما فيستمعان اليهم في زهو وسعادة .

وهذا امر مفيد بصفة خاصة في الاعتبار القومي كوسيلة فعالة لنقل المعلومات النافعة عن الصحة والزراعة والاختراعات الحديثة ، وهلم جرا .

### لغة كتب الأطفال

ان القسط الاعظم من كتب الأطفال ، لابد وأن تكون مطلوبة طبعاً ، باللغة القومية ، سواء اكانت لغة أصلية ، كاللغة السامية في سيام ، ام لغة اجنبية اتخذت كلغة قومية ، على غرار الانجليزية في الفلبين ، والفرنسية في غينيا ، او الاسبانية في شيلي .

وعلى الرغم من أن انتان اللغة القومية هو الهدف النهائي ، الا أنه يجب أن توضع موضع الاعتبار مسألة كتب الأطفال للقراءة المبتدئة في اللغات القومية ، اذا كانت هذه اللغات لها صيغة مكتوبة ويستعملها عدد كبير من الناس .

وليس ثمة اتفاق كامل حول هذه المسألة .

وبعض الملاحظين يعتقدون أن المصلحة القومية ستخدم على احسن نحو اذا تعلم الطلاب اللغة القومية منذ البداية ، وبدون تزويد لاي تعليم لحو الأمية في اللغات القومية الاقلية المحلية .

والبعض الآخر يعتقدون العكس تماماً ، ويحاجون بأقوى الحجج المضادة . فهم يقولون أن تعلم القراءة ليس عسيراً على الاطلاق اذا كانت اللغة معروفة فعلاً من قبل بالسماع عن طريق الأذن . أما ما هو صعب غاية الصعوبة فهو تعلم لغة جديدة وتعلم فن القراءة في نفس الوقت .

والذين يقبلون هذه الحجة الأخيرة يرون أن معرفة الطفل بلغة توم ، تعتبر عوناً أو ظهراً يحمله معه الى المدرسة ، وأن هذه المعرفة أداة تربية

لا تقدر بشئ ينبغي الا تنبذ نية النواة ، وأولى به أن يتعلم القراءة بهذه اللغة ، فإذا ما تعلمها فنبغى أن يعطى الفرصة لقراءة كتب مشوقة لكى يكتشف متعة القراءة منذ البداية . ( وهذه الحجة المؤيدة لاعطاء الأطفال مادة قرائية بلغاتهم القومية لها شق ثان : ينبغي أن يبدأ تعليم الصيغة الشفوية للغة القومية من أول يوم فى المدرسة ، لكى تكون اللغة الجديدة معروفة فعلا من قبل عن طريق الأذن عندما تعلم قراءة تلك اللغة بعد عامين أو ثلاثة ) .

وعلى الرغم ، كما ذكرنا ، من أهل الراى لا يتفقون على هذه المسألة الا أن هناك كثيرا من الدول النامية التى تعاني من انخفاض مستوى تعليم اللغة القومية لدرجة كبيرة ( خصوصا إذا كانت اللغة القومية من أصل أجنبى ) بحيث أن الأطفال لا يتعلمون فعلا القراءة بتلك اللغة لسنوات كثيرة بعد بدء دخول المدرسة .

وحى فى عدد كبير من دول أفريقية التى تتكلم الإنجليزية ، والتى يبدأ فيها التعليم باللغات القومية ، ثم يتحول نظريا الى الإنجليزية فى السنة الثالثة ، فلا يوجد ما يكفى من المعلمين ذوى المقدرة الكافية لهذا الغرض ، فإن قراءة الإنجليزية قد تتأجل الى السنة الرابعة أو الخامسة بل والسادسة .

والمسألة العملية ، بصرف النظر عن النظريات الخاصة بطرق التعليم ، هى : هل يحرم أولئك الأطفال من المادة القرائية فى أثناء ذلك الوقت كله ، أم أن كتب القراءة الإضافية بلغاتهم القومية ليست لازمة لزوما كبيرا ؟

وتتضح النقطة بصفة خاصة عندما يعتبر المرء النسبة المثوية العالية من الأطفال الذين يهجرون المدرسة بعد تعلم قراءة لغاتهم القومية ، ولكن قبل تعلم الإنجليزية أو الفرنسية أو غيرها من اللغات الوطنية .

### العرض الطباعى

إن نمط حروف الطبع الخطية التى تستخدم بها مادة قراءة الأطفال تشير قضية أخرى ، عليها خلاف حول عدد من الأمور .

والجميع يسلمون بأن ذلك النمط ينبغي أن يكون كبيرا وواسع المسافات ،  
وإن الطبع يجب أن يكون واضحا .

بيد أن هناك بعض المشكلات الخاصة في بعض اللغات ، مثلا :

هل ينبغي تشكيل الحروف المتحركة تشكيلا كاملا في كتب الأطفال ،  
أم ينبغي أن يكون طبعها بدون حروف العلة ، كما هو الشأن في معظم  
الكتب ( فيما عدا القرآن الكريم والشعر ) التي سيقروها الناشئة عندما  
يكبرون ؟

وفي الفارسية ، هل ينبغي أن تكون كتب الأطفال بحروف الطبع الخطية  
المكتوبة بالنسنايقي ، وهو الشكل التقليدي للفارسية ، أم ينبغي أن  
يعتاد الأطفال من البداية نمط النسخ ( وهو أسهل بكثير للطباع الحديث )  
والذي سيقروونه في معظم الكتب والصحف والمجلات عندما يصبحون كبارا ؟  
هذه المسائل وغيرها من المسائل المختصة بالطباعة ، مثلها في ذلك مثل  
المسائل المتعلقة باللغات ، ينبغي أن يضعها الناشر موضع الاعتبار في  
كل بلد ، بالمشاورة مع السلطات التربوية .

### محتوى كتب الأطفال

أن كل امرئ حاول الكتابة للأطفال يتفق على أنها من أشق الأمور التي  
يواجهها الكاتب . وليس جهابذة الأدب والعلماء بالضرورة هم خير من يكتب  
للأطفال ، بل كثيرا ما يفضلهم كتب أقل منهم شهرة ممن كرسوا أنفسهم  
لهذا النوع الخالص من الإثشاء والتأليف .

فالشغف والحركة والأداء ينبغي أن تظل حية نابضة ، واللغة ينبغي أن  
تكون بسيطة ومباشرة .

وثمة عدد قليل نسبيا من الكلمات غير المعروفة للأطفال في تلك السن ،  
هي التي يمكن أن تستعمل ، وعندما تستعمل كلمة غير معروفة ، فينبغي

توضيح معناها بسياقتها في الجلة . ( ليس على غرار ، كان هناك قناع حديدى على قبعته ، اذ لن يكون لها اي معنى عند أى شخص لا يعرف كلمة قناع حديدى ، ولكن : « لقد حجب القناع الحديدى الذى على قبعته ، الشمس عن وجهه » ) .

وطبعاً يجب اعتبار مستوى العمر للقراء بكل دقة ، ليس فقط بالنسبة للكلمات المستعملة ، ولكن أيضاً بالنسبة للمادة الأساسية للقراءة .

وثبة نقد ، في محله ، ضد كتب الأطفال الأمريكية والأوروبية التى كثيراً ما تقترح للقراءة في الدول النامية ، هو أنها لا تعالج الحقائق والأشياء والمواقف التى لها مغزى عند أطفال آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية .

ولعل من أقوى الحجج لتنمية صناعات كتب الناشئة في تلك المناطق ، هى التأكيد من أن كتب الأطفال ستكون ملبية لاهتمامات الطفل الذى يقرأها .

بيد أنه ينبغى الحذر من مخبة الانزلاق المتطرف الى أبعد الأماد في « اضعاف المحلية » على مادة الموضوع . لقد كان المنحى الأجنبى للكتب في الماضى ، خاطئاً ما في ذلك أدنى ريب .

ولكن من المفجع ، أن يعتمد الناشرون في الدول النامية ، في سبيل تصحيح ذلك الخطأ ، الى صبغ الكتب بصبغة محلية ضيقة محصورة تخنق آفاق الناشئة .

ينبغى أن تكون الكتب سائفة مفهومة ومشوقة للأطفال الذين يقرعونها ، ولكنها ينبغى أيضاً أن تتفتح آفاقاً واسعة .

ان اطفال باكستان الغربية الذين يأكلون القمح ينبغى أن يعرفوا شيئاً عن الحياة في احدى قرى باكستان الشرقية الاكلة الرز ، كما ينبغى لمناطق زراعة القطن في بلد ما تملك أيضاً مصانع للتسيج أن تعرف شيئاً عن حياة الناس الذين يغزلون القطن .

وينبغي لهم جميعا أن تكون لديهم فكرة ، عن طريق الكتب الممتعة قراءتها ،  
عن بقية العالم .

ومن دواعي الغبطة لعظم الأمريكيين أن من بين شخصيات قصص  
الصغار المعروفة جيدا لدى الأطفال في الولايات المتحدة الأمريكية ، فان كثيرا  
منها مستقاة من بلاد أخرى ، وثقافت أخرى .

وشمة تحذير آخر لازم في هذا المقام :

فبسبب رواج كتب الحقائق الاعلامية ، والقيمة التربوية الواضحة لهذه  
الكتب ، فهناك خطر أن كلا التربويين والناشرين قد يفتلون الحاجة الى أن  
يقدموا أيضا القصص وحكايات التراث الشعبي وغيرها من أعمال الخيال التي  
تغذى الروح والعقل . فبدون هذه لا يمكن اعتبار مكتبة الأطفال كاملة من وجهة  
النظر التربوية ، أو مشبعة من وجهة نظر الناشئة من القراء الذين  
يستعملونها .

### المصمم والرسام والطابع

في انواع كثيرة من الكتب ، فان الرسوم التوضيحية هي مجرد زينة أو  
حلية .

· أما في كتب الأطفال ، فان الرسوم التوضيحية قد تكون هي لب اهتمام  
القارئ ومدار شغفه ، وجوهرية جدا بالنسبة لفرض الكتاب ، لدرجة أن من  
العيب طبع الكتاب بدونها .

ودور الرسام في غاية الأهمية بحيث أن كثيرا من كتب الناشئة يعدها المؤلف  
والرسام معا ، أو في تلك الحالات الموفقة بحيث تتوافر الموهبتان في شخص  
واحد - يعد المؤلف - الرسام الذي يبتدع وينفذ الكتابة والرسم لكتاب كعملية  
واحدة .

ومصمم الكتاب وطابعه أيضا ، لهما دور أساسي يؤتيانه .

وفي الواقع من الامر غان الطريقة المثالية لاعداد كتاب اطفال هى بواسطة التعاون الوثيق الصلة بين المؤلف والرسام والمصمم والطابع .

وتشاور الرسام مع المصمم والطابع ينبغى ، اذا تيسر ، ان يستهل منذ بداية عمله ، فى المرحلة التى يدبر فيها صورہ قبل أن ينفذ أيا منها فى صيغته النهائية .

وبمشورة ونصيحة المصمم ، قد يستطيع الرسام أن يستخدم طرقا خليقة بأن تخفض نفقة الكتاب تخفيضا كبيرا بدون التضحية بمصلحة الناشئة من القراء .

#### اقتصاديات كتب الاطفال

ان قليلا من كتب الاطفال هى التى يشتريها الاطفال مباشرة ، اذ غالبا ما يشتريها الآباء والأمهات .

ولكن فى البلاد ذات الدخل المنخفض بحسب نصيب كل نسمة ، وعيبه ثقيل من نفقات الأسرة يتحدى شراء الكتب الدراسية اللازمة ، فما أضيق مجال الاختيار بين لقمة العيش والكتاب .

وثمة سوق ، على نحو ما ، لكتب الاطفال فى كل بلد ، مهما انخفض متوسط الدخل ، اذا كانت الكتب ذات ثمن معقول بالنسبة لذلك الاقتصاد .

ولكن ، كما رأينا فى الفصل الثالث ، فمن الضرورى الطبع بكميات كبيرة للحصول على أثمان منخفضة .

وفى كثير من الامم المنتبقة ، فليس ثمة بيع كلف ، بعد ، للأفراد بحيث يجعل بحد ذاته ، من الممكن انتاج الكميات الكبيرة ، ومن ثم الأثمان المنخفضة التى يتطلبها أولئك الأفراد .

ان اكبر سوق طبيعية لكتب الاطفال فى كلتا الدول الآخذة فى النمو والدول التى اكتملت لها اسباب النمو والتطور على السواء ، هو المدارس والمكتبات .



فانما أمكن بلوغ هذه السوق ، فعندئذ ، وعندئذ فقط ، فان الكميات المطبوعة يمكن أن تكون كبيرة بدرجة كافية تسوغ الثمن المنخفض الذى فى وضع الافراد أن يدفعوه .

ويقال ان ٧٥ فى المائة من دخل المبيعات لكل الأنواع العالدية من كتب الأطفال ، فى الولايات المتحدة الأمريكية ، تأتى من حصيللة البيع للمؤسسات ، وبصفة رئيسية من المدارس والمكتبات . ويدون ذلك الأساس الاقتصادى الراسخ المتين لصناعة كتاب الناشئة ، فان طبع ونشر كتب الأطفال فى أمريكا بتلك الأعداد الراهنة أو ما يناهزها ، وبأسعارها الحاضرة ، ضرب من المستحيل .

وعلى هذا فانه عندما تحض وزارات التربية والتعليم الناشر على اصدار المزيد من كتب الأطفال ، فان الناشرين لهم كل الحق والعذر فى أن يسألوا القاشمين على أمر الوزارات عن الوقت الذى سيبدأ فيه الشراء المنتظم للمكتب لمكتبات المدارس .

ان مكتبات المدارس - ومكتبات القرى وغيرها من المكتبات العامة - لها فائدتها المجزية فى حساب التربية والتعليم . ولكن لها أيضا قوتها وفعاليتها - كقوة مشترية للمكتب بحيث تزود نشر كتب الناشئة بقاعدة اقتصادية أساسية لا تستطيع صناعة كتب الصغار أن تعيش بدونها .

والمكتبات نفسها لا يمكنها أن توجد ما لم تنشر الكتب الصالحة لتزويدها . والناشرون ليس فى وسعهم نشر مثل هذه الكتب ما لم يكن ثمة ضمان لسوق شرائية .

ولا مناص من أن يغامر الناشر ، طبعا ، بالقياس الى كل كتاب على حدة . تلك ضربة لازب . بيد أنه يحتاج الى أن يعرف أن هناك سوق مدرسة وسوق مكتبة ، بصفة عامة ، لشراء كتب الأطفال الجديدة ، التى اتقنت كتابتها وانتجت رسومها واتقن طبعتها وعرضت بأثمان معقولة .

وهذا الاعتماد المتبادل بين المكتبات ونشر الكتب موضوع هام سوف نتناوله  
بمزيد من المناقشة والتحليل في الفصل السادس عشر .

### الاقتصاديات في الإنتاج

بسبب أن الرسوم التوضيحية خفيفة بأن تعمل قسما كبيرا جدا من المجموع  
الكلى لكلفة انتاج كتب الأطفال ، فان معظم الاقتصاديات الأساسية التي توضح  
الاعتبار تتعلق ، على نحو ما ، بالصور .

فأولا ، كما أشرنا الى ذلك من قبل ، فإن التشاور المبكر مع الرسام كفيل بأن  
يجعل من الممكن تلافي الاسراف في نفقات لا لزوم لها في عمليات الطباعة ، أو  
استعمال ألوان اضافية على صفحات أكثر من الضروري ، أو ازدواج القطع أو  
الرواشم ( الكليشيات ) لسناوين الصفحات والغلاف اذا كان طاقم واحد منها  
صالحا لخدمة كلا الغرضين .

وثمة فرص مدهشة أيضا للاقتصاديات الرئيسية بوساطة تعاون الناشرين  
العاملين في مختلف اللغات . وفي وسع الناشرين أن يتكفلوا بالإنتاج المشترك  
في كل طبعاتهم ، للصور الملونة مع ترك مساحة بيضاء للنص الذي يمكن طبعه  
بعد ذلك بمختلف اللغات .

وفي الدول الكبيرة التي تنشر كتبها باللغات المختلفة - كالهند مثلا - فقد  
يوجد مثل هذا التعاون المشترك حتى في نطاق البلد الواحد .

ويمكن أيضا أن يوجد تعاون دولي بين مختلف البلاد الآسيوية والأمريكية  
 وأمريكا اللاتينية ، كما هو حادث الآن بين الدول الأوروبية ، وبين أوروبا  
والولايات المتحدة الأمريكية .

وفي بعض البلاد ( كاندونيسيا مثلا ) توجد قيود قانونية على استيراد الكتب  
المطبوعة باللغة القومية ، ولكن ليس ثمة عائق لاستيراد صحائف الصور .

وفي الواقع من الأمر ، فثمة مكوس تفرض على الورق غير المطبوع في كثير  
من الدول ، ولكن ليس على الكتب المطبوعة . ومن ثم فإن المرء ليصادف

الوضع المجيب الذى يتمثل فى أن نصيب الناشر المحلى من طبعة منتجة انتاجا مشتركا مطبوعة فى دولة أخرى ، يمكن أن يخل بضمن أرخص يقل عن نفس الحمولة أو الوزن من الورق غير المطبوع .

ويمكن اكتساب اقتصاديات فى ثمن أفلام الطبع بالافوست ، حتى اذا كانت الطباعة المشتركة غير ممكنة .

وحتى اذا كانت النسخ المطابقة من أفلام الافوست باهظة الثمن ، ولكن من الممكن حفر مجموعة واحدة من الأفلام بنجاح لناشرين مختلفين فى نفس البلد ، أو حتى فى دول مختلفة .

وعلى الرغم من أن التعاون الدولى فى الانتاج المشترك ممكن التنفيذ ، اذا لزم الأمر على طرفى نقيض العالم ، إلا أن التعاون الإقليمى ، هو الأكثر واعدية بطبيعة الحال ، ليس فقط بسبب سهولة النقل والاتصال والمواصلات ، ولكن أيضا بسبب الملاءمة العامة للرسوم الإيضاحية فى منطقة بأكملها .

وعلى الرغم من أن مجتمعات شرق أفريقيا مثلا ، تختلف اختلافا بينا من منطقة لأخرى ، إلا أن هناك أوجه شبه عامة بينها تجعل الرسوم التوضيحية مقبولة وساتعة فيها جميعا ، أو على الأقل أكثر قبولا من الرسوم التى أعدت للأطفال الأوربيين أو الأمريكين .

## التوزيع الكبير

ان دول العالم النامية أخذة فى نشر التعليم والتربية بين جميع سكانها -  
الاغنياء والفقراء والفلاحين وعمال المصانع ، اهل القرى واهل المدن .  
وتركيز الاهتمام ، منصب طبعا ، على الناشئة ، وان كان تعليم الكبار ينال  
حظه ايضا من الانتباه .

ان التوسع فى التعليم فى آسيا وافريقية وأمريكا اللاتينية فى العشر السنوات  
الأخيرة ، والمزید من التوسع والانتشار المزمع والمخطط للمعد القادم — لا مثیل  
لهما ولا سابقة فى تاريخ الانسانية برمته .

بيد أنه على الرغم من تغفل التعليم فى كل قطاع ، وعلى كل مستوى  
للمجتمع ، فان نشر الكتب لم يواكب تلك الحركة التربوية المثيرة او يسايرها  
ويماثلها .

فملايين من الناس ممن يعتبرون قوة كامنة كقراء للكتب ، او مشتريين للكتب .  
تنتجهم المدارس أو حملات محو الأمية فى الكبار .

ومع ذلك فصناعت نشر الكتب فى هذه الدول لم تنجز الا القليل ، حتى  
الآن فى تشر الامكانيات العملية المتاحة بهذه الفرصة ، او فى ترويض مجتمعاتها  
بالكتب التى تحتاج اليها .

ولقد جنح الناشرون بصفة عامة ، الى التركيز على ذلك العمل الهين نصيبا ،  
وهو بيع الكتب باثمان غالية لتلك الطائفة القليلة من الناس من المتعلمين  
والمتقنين من ذوى الرخاء وممن يسهل الوصول اليهم .

ولا جناح عليهم ولا تثريب فى هذا الصدد ، بالنظر الى الصعوبات التى واجهوها ، خصوصا بسبب الكلفة العالية الثمن ، وعدم وجود رأس المال المول - غالبا - كما سبق شرح ذلك فى الفصل الثالث .

ولكن ذلك الاغفال او التجاهل للجزء الرئيسى الاكبر من سوق الكتاب الممكن لم يعد مقبولا بالنظر الى الاهداف القومية للدول النامية .

فاذا ابتغى الناشرون أن يستجيبوا للفرصة ويلبوا - وهى أعظم فرصة متاحة قدر لها أن تفتح أمام ناشرى الكتب فى العالم من وجوه كثيرة - فعملهم أن يمسكوا بزمام المبادرة والقيادة .

يجب عليهم أن يريدوا البدء والشروع فى نوع جديد تماما من مشروعات النشر ، بأثمان منخفضة وكميات كبيرة ، وفى نطاق مشكلات تنظيم وتوزيع لم يسبق لهم أن واجهوها من قبل .

فاذا ارادوا ذلك فعلا ، فسيكون ذلك فى صميم المصلحة القومية للآخرين ، خصوصا وأن ذلك يتضمن أن النقطة الأساسية فى أية خطة للتوزيع الكبير هى أن تكون الكتب الرخيصة حقا موجودة فى كل مكان ، وليست مقصورة محسب على المدن ، كما أنها ليست مقصورة محسب على محال بيع الكتب العادية .

انه الجمع بين هذين المنصرين - ثمن البيع الرخيص ، وتوافر وجود الكتاب على أوسع نطاق للانتشار - هو الذى مكن لثورة توزيع الكتب ذات الغلاف الورقى الرخيص فى الدول الغربية ، وهو الذى يبشر بكل الآمال المثيرة المرجوة الواعدة بالخير لكل الدول النامية .

ولبلوغ هذا المآرب - مآرب بيع الكتب بالتوزيع الكبير ، فإن الحاجات الأساسية هى :

١ - عقد لصناعة الكتاب كفىل بأن يجلب اقتصاديات كبيرة فى التوزيع الكبير ، متبعا مبادئ الكم الكبير والتكلفة القليلة التى سبق أن فحصناها فى الفصل الثالث .

( وكما سبق أن ذكرنا فإن الناشر ليس من المحتم عليه أن يملك هذا العتاد ، ولكن الطابعين الذين يتعامل الناشرون معهم يحتم عليهم أن يملكوا هذا العتاد ، إذا أريد أن تكون الكتب الرخيصة الثمن سهلة المئال ) •

٢ - **جهاز للتوزيع :** مثل سيارات نقل صغيرة وعربات شحن ، الخ لنقل الكتب من المستودعات المركزية الى مئات أو آلاف مراكز البيع بالتجزئة •

٣ - **جهاز للعرض** في مراكز البيع بالتجزئة يتألف أساسا من «دواليب» أو سيقان مسننة من الخشب أو البلاستيك أو الصناعات المعدنية أو الشبكات السلكية والقضبان المعدنية ، الخ • ( أن وجود مثل هذا العتاد خليف بأن يؤدي على الأقل الى ضرب من تقنين حجم الكتب لكى تلائم حجمها ) •

٤ - **نظام** أو خطة تنظيمية لنقل الكتب من مركز صناعتها الى مراكزها الإقليمية ، ومن هناك الى مراكز البيع بالتجزئة والمراجعة المنتظمة لكمية الكتب في مراكز البيع ، لاحتلال كتب أخرى محل الكتب التى بيعت وأرجاع الكتب الكاسدة وجمع المال من بائع التجزئة لقاء الكتب التى بيعت •

## ٥ - رأس مال

١ - **لجهاز التوزيع وجهاز العرض المذكورين آنفا** •

ب - **النفقات الأولية** لإنشاء وتسيير دفعة النظام حتى يبدأ الدخل فى موازنة ذلك المنصرف •

ج - **للتفاق على صناعة الكتب المزمع بيعها** • ( وهذا الشرط الآخر من متطلبات رأس المال - للكتب نفسها - يمكن تدبيره بواسطة اتفاقيات تجارية مع ناشرين متعاونين بموجب بعض الخطط الواردة فيما بعد ) •

٦ - **هيئة موظفين صغيرة للتحرير والإنتاج** •

## مزايا برنامج الطبعة الثانية

على الرغم من أن هناك أمثلة بارزة لخطط التوزيع الكبير التى بنيت أساسا

على الكتب الاصلية مثل كتب البنجوين (Penguin) فى المملكة المتحدة ،  
وسلسلة؟ Que Sais-je فى فرنسا الا أن معظم خطط توزيع السوق الناجحة  
فى العالم بنيت على طبعات ثنية لكتب صدرت بالطريقة العادية المعروفة  
للبيع فى المكتبات .

ومن بين مزايا استعمال الطبعات الثانية بدلا من الكتب الاصلية نورد  
ما يلى :

ا - اختيار لرد الفعل لدى الجمهور الذى تلقاه الكتب فى طبعاتها العادية .

ب - تحاشى الكلفة التى تقتضيها أطوار التحرير .

ج - القدرة على اصدار كل الكتب المنشورة بدلا من جعلها محصورة فى  
نطاق عدد صغير من الكتب الجديدة .

د - وفى الدول التى تتوافر فيها الامكانات ، توجد ميزة الاقتصاد فى اعادة  
الطبع بتصوير صحف الكتاب الذى طبع سابقا أو باستعمال صحائف صف  
الحروف الموجودة ، وبذلك تتلافى النفقة الباهظة لجمع الحروف فى الطباعة من  
جديد .

على أنه ينبغى أن نتذكر أنه اذا كانت أية خطة للتوزيع الكبير تتوقف فعلا على  
اعادة طبع كتب طبعت عاديا ، فاذن من الضرورى استمرار مثل ذلك النشر  
العادى . والا فبعد استعمال أكثر الكتب جاذبية من الكتب التى سبق نشرها ،  
فى برنامج اعادة طبع ، فلن يتبقى بعد ذلك شيء لبرنامج اعادة الطبع  
لكى «يعيش عليه» فى المستقبل .

إن ناشر الطبعات الثانية له مصلحة حيوية فى أن يرى النشر العادى يزدهر  
دائما .

### انواع كتب التوزيع الكبير

عندما بدأ نشر كتب الغلاف الورقى فى الدول الغربية ، ظن كثير من الناس أن  
النوع الوحيد من الكتب التى سروج بيعها بمثل هذه الطرق هى الكتب التى  
تتناول : الجنس ، والجريمة ، والمخيف .

ولدة طويلة ، كان صحيحا فعلا ان الفاليبية العظمى من عناوين هذه الكتب المعروضة كانت من ذلك النوع • بيد أنه رويدا رويدا ، فطن الناشران ذوو البصيرة والشجاعة واكتشفوا قابلية رواج أنواع أخرى كثيرة من الكتب بما فى ذلك الكلاسيكيات والكتب الخاصة بكيف تعمل كذا وكذا ، وكتب الناشئة ، وكتب التاريخ والادب والفلسفة وعلم النفس والاعلام المفيد ، ولم جرا •

ومع تطور مايسمى « بالكتاب ذى الغلاف الورقى الغالى الثمن » ( الذى يباع فى الولايات المتحدة الأمريكية بثمن يتراوح بين دولار وثلاثة دولارات بدلا من خمسين سنتا لكتاب الغلاف العادى ، أو من ستة الى عشرة دولارات للنسخة الأصلية ذات الغلاف السهيك ) ، فانه يوجد الآن مجال واسع من الكتب التى تتناول كل موضوع تقريبا ، وخصوصا الكتب المفيدة للقراءة الاضافية فى مقررات الجامعة •

وهذه « الكتب ذات الغلاف الورقى الغالى الثمن » تلقى أكبر رواج فى البيع فى محلات بيع الكتب خصوصا فى مجتمعات الجامعة ، ولكن بعضها يظهر أحيانا فى أكشاك الصحف ، وفى نقاط الزحام والتجمع فى مداخل ومخارج المدن •

وفى كثير من الدول الغربية اضطر نشر التوزيع الكبير الى توطين نفسه وارساء قواعده فى منافسة ضد أنواع كثيرة أخرى من ضروب التصلية مثل مجلات الجنس ، الخ •

وفى معظم الدول النامية ، فان ذلك التنافس لا وجود له ، أو هو أقل جدية وخطورة •

ومن ثم فان محرر سوق التوزيع الكبير فى تلك الدول يجد نفسه أوفر وقتا ويمرر فى التركيز على الكيف فى قائمته من البداية •

وعلى الرغم من الحجج المؤيدة لبرنامج الطبعة الثانية كما سبق نكرها ، فسوف تكون ثمة فرص كثيرة بالتأكيد ، فى كل بلد نام ، للناشر صاحب الفكر المتخيل لتخطيط كتب خليفة بأن تروق السوق الخاص فى بلده •



وعلى سبيل المثال فى هذا الصدد ، كتاب رخيص ولكنه دسم وعلمى عن رعاية الطفل ، يراعى الظروف والاحوال الواقعية فى البلد بالقياس الى الاطعمة وعادات الأسرة ووسائل الوقاية الصحية ، وهلم جرا .

وسواء كانت الكتب جديدة أم مختارات من كتب سبق نشرها ، فمن الاهمية بىمكان أن يعطى الناشر الذى يعمل فى نطاق نظام التوزيع الكبير ، اهمية خاصة « لأبحاث السوق » بأن يدرس أى انواع الكتب يريدھا القارئون حقا .

وفى الواقع من الأمر ، فان مثل هذه الدراسة أيسر وأسهل منالا فى مشروع سوق التوزيع الكبير عنها فى أى نوع آخر من النشر تقريبا ، لان « عائد تغذية المعلومات » الواردة من منافذ البيع بالقطاعى تكون منتظمة وفى شكل احصائى موصول سهل التداول .

ولا يوجد نوع آخر من الناشرين أكثر مقدرة على سرعة المعرفة ، وبكل صحة ودقة عن انواع الكتب التى يرغبها الجمهور ، من هذه الفئة من الناشرين بالذات .

### « الاعلان » عن كتب التوزيع الكبير

لقد وضعنا كلمة الاعلان فى السطر السابق بين هاتين العلامتين »  
لان كتب سوق التوزيع الكبير ليس لها اعلان مطلقا ، فى معنى معين .

والفرق بين الدخل وكلفة الصناعة ضئيل جدا لدرجة لاتسمح بأى اعلان من النوع العادى .

ولكن ، فى معنى أوسع ، فان كتب التوزيع الكبير تتميز بأقوى ضروب الاعلان تأثيرا وفاعلية ، ذلك أنها دائما أمام أعين الزبائن الممكنين ، فى مواقف الحافلات ، وفى المطاعم وحيثما يحتشد الناس ويتجمعون .

ومن ثم فان تصميم أغلفة كتب سوق التوزيع الكبير أكثر اهمية من الانواع الأخرى .

وعلى الرغم من أن طباعة الاربعة الألوان للأغلفة اللامعة غالية الثمن جدا ،  
فان ناشر كتب سوق التوزيع الكبير راغب فى قبول ذلك •

ومن بين اقتصاديات الصناعة فى هذا الصدد ، اعداد طباعة الألوان لطائفة  
من الكتب فى نفس الوقت ، مما يقلل نفقة كل كتاب على حدة •

وثمة شكل آخر من اشكال الاعلان المجدى القيم الذى تحصل عليه كتب سوق  
التوزيع الكبير ، الى جانب العرض فى مراكز البيع كما ذكرنا آنفا ، هو العرض  
فى المدارس والمكتبات التى تعترف بالقيمة التربوية لجلب الكتب تحت أنظار  
لوسع جمهور متاح •

وتوجد أيضا بعض المدارس والمكتبات التى تبيع فعلا كتباً من هذه الفئة  
كوسيلة لتنمية وعى القراءة • ومثل هذه المبيعات غالبا مايقوم بها الطلاب  
انفسهم وان كانت عادة ما تكون تحت اشراف الكبار •

#### عناصر الكلفة فى التوزيع الكبير

الى جانب كلفة الكتب نفسها ، فان الموزع الكبير عليه أن يفكر فى تكلفة  
العتاد ( وهى كلفة ضمن رأس المال ) ، ورأس المال العامل المطلوب لانشاء  
وتسيير دفة نظام للتوزيع يصل الى كل أجزاء البلد •

ومن الصعب تدبير تلك المصروفات العامة حتى اذا أعطت الكتب - تفردا -  
ريحا طيبا ، ما لم يكن الحجم الكلى للعمل التجارى كبيرا جدا •

وبعبارة أخرى فليس فى وسع المرء ان يصطنع تجارة رابحة بالتوزيع الكبير  
لعدد قليل من الكتب فحسب ، وانما يجب أن يكون هناك تيار موصول وكبير  
متدفق خلال المسالك التى تم انشاؤها •

وهذه الحجة - الى جانب حجة سعة الاختيار - هى احدى الحجج التى  
تساق لاقامة خطة التوزيع الكبير على استعمال الكتب من كل الناشرين بدلا من  
دار نشر واحدة ، مالم يكن ذلك الناشر الواحد له قائمة كبيرة جدا لكتب نشرت  
من قبل •

ان وجود حجم كبير للعمل التجارى ، هو المقتضى الاول اللازم لخطه توزيع كبير رابحة .

اما الشرط الثانى فهو الاتفاضة من اية تنظيمات لا مركزية قائمة ومسالك توزيع ، الى اقصى حد مستطاع .

فاذا كان ثمة موزع كتب فى منطقة ما من البلد ، موجودا من قبل يؤدى عملا ناجحا من حيث أخذ الكتب من عاصمته المحلية الى بائعى التجزئة فى المنطقة ، فان تلك المؤسسة فى وسعها اتباع وسائلها واصطناع الجهاز اللازم لتزويد مراكز البيع بالقطاعى فى المحافظة ، أو الولاية ، الخ .

ذلك كفيل بأن يوفر لجهاز التوزيع الكبير المركزى كلتا النفقة اللازمة والمسئولية المستمرة لاقامة نظام أو جهاز جديد فى تلك المحافظة أو الولاية ، أو قد يكون هناك خط سيارات نقل منتظم قادر على نقل الكتب من مركز الانتاج الى موزعى المناطق ، مما يوفر نفقة شراء سيارات نقل لهذا الغرض .

وثمة عنصر آخر من عناصر الكلفة أو حق الترجمة ، أو اية أجور أخرى خاصة بالمؤلف ( أو فى حالة كتب سبق أن أصدرها ناشر آخر ) يتعين تقسيمها بين المؤلف والناشر الأسمى .

ولأن نسبة الربح عن كل كتاب ضئيلة جدا ، ولأن الهدف المشترك لكل الشركاء فى هذا النوع من النشر هو بيع كميات كبيرة جدا بأثمان منخفضة بالضرورة فان معظم عقود الناشرين تشترط أن يكون النصيب المدفوع لقاء النسخة الواحدة من كتاب التوزيع الكبير أقل من النسخة العادية .

بيد أنه من بين كل عناصر النفقة فان أكثر العناصر أساسية هو طبعا ذلك العنصر السابق ذكره ، ألا وهو عنصر كلفة انتاج وصناعة الكتاب . ان التخفيض الواضح لكلفة الانتاج بحساب النسخة الواحدة عندما ترتفع الكميات الى أعداد كبيرة هو أساس النجاح فى نشر الكتب بالتوزيع الكبير .

## التدابير التجارية

يمكن انشاء مشروعات التوزيع الكبير بطرق متعددة ، سوف نقصر على نكر بعضها فقط فيما يلى :

- ١ - فى وسع ناشر كبير ان ينشئ خطة سوق للتوزيع الكبير لكتبه هو .
- ٢ - فى وسع ناشر ان ينشئ خطة تشمل كتبه من وقت لآخر ولكنه ، عموما ، يختار قائمة من الكتب من كل الناشرين ، ويتخذ التدابير اللازمة ليدفع للناشرين الآخرين حقوق النشر التى يستحقونها .
- ٣ - رجل أعمال مستقل ، لا يعمل فى أى نوع آخر من أنواع النشر ، قد يجعل النشر بالتوزيع الكبير هو عمله الوحيد ، أخذًا كتبًا من كل الناشرين ، وربما من وقت لآخر يتعاقد على كتب جديدة أيضا .
- ٤ - اخصائى فى التوزيع ، بدون أن يصبح ناشرا فى المعنى الكلى للناشر ، قد يقتصر على اخذ كتب للمحافظات ويزود بها قطاعات التجزئة ، تاركا للناشرين الذين يخدمهم مهمة أداء بقية العمل كله بما فى ذلك انتاج الكتب التى نباع للموزع بتخفيض كبير .
- ٥ - طائفة من الناشرين ، فى وسعهم أن يتعاونوا فى انشاء دار نشر متحدة للتسويق ، أو شركة توزيع بالملكية المشتركة كما سبق ذكره فى رقم ٤ السابق .

## مزايا المدى الطويل فى التوزيع الكبير

يمكن تسويق التوزيع الكبير كوسيلة للأرباح — أحيانا أرباح كبيرة جدا — فى نشر الكتاب ، ولعل من أكثر الحقائق ادخالا للسرور على النفس فى هذا الشأن هو أن مبيعات سوق التوزيع الكبير لا تحيف على بيع الطبعة العادية التى تباع فى محال بيع الكتب بالقطاعى .

بل وهناك أمثلة فى الدول الغربية تومىء الى زيادة فى بيع الطبعة الغالية ذات الغلاف السميك من كتاب ما بعد نشره بالطبعة ذات الغلاف الورقى .

وفى معنى اعم واشمل ، فان السوقين تكادان تكونان مستقلتين نسبيا  
بعضهما عن بعض لان الجهور الضخم الذى تعرض له كتب التوزيع الكبير لا  
يشمل سوى نسبة مئوية ضئيلة ضئيلة هزيلة من الناس يذهبون عادة الى محال  
بيع الكتب .

وعلى الرغم من ان سبيل التوزيع الكبير له تسويقه الخاص بالقياس الى  
الريح ، فان مزايا المدى الطويل بالنسبة لصناعة نشر الكتب فى بلد ما  
ومصلحته الثقافية ، خليفة بأن تكون أكثر أهمية .

ان نظام سوق الانتاج الكبير والتوزيع الكبير كفيل بأن ينمى قراء ومشترى  
كتب فى طول البلد وعرضها ومن ثم يوسع القاعدة الاقتصادية التى تقوم عليها  
صناعة الكتاب توسيعا كبيرا ، ويجعل امة تقترب رويدا رويدا من هدفها  
الرامى الى خلق مواطنين متعلمين مثقفين .

ان الناشرين فى الدول النامية لا يزالون على اول الدرب فى تثير امكاناتهم  
المتاحة . وحتى دور النشر التى لاقت نجاحا غير عادى ركزت على المدن وعلى  
صفوة المثقفين .

ولكن ، حمدا لانتشار التعليم فى كل المناطق ، وبين كل الطبقات ، فاليه يرجع  
الفضل فى أن سوقا واسعة الانتشار على مستوى الوطن برمته حقا ، أصبحت  
الآن فى انتظار الناشرين ذوى الجراءة والقدام والفكر المتخيل ، لكى يسعوا  
اليها سعيا بوسائل التوزيع الكبير .

## نوادى الكتب وكتب الاشتراكات

لعل من بين العدد الكبير من الانواع الخاصة من نشر الكتب التى مارستها الدول الغربية ، فان قليلا منها ما اثار الاهتمام فى الدول النامية ، أكثر من نوادى الكتب .

وبسبب هذه الحقيقة - وليس بسبب أن فكرة نادى الكتاب قابلة للتطبيق - بالضرورة الآن فى الدول النامية ، فهى جديرة بانتباهنا فى هذا السياق .

وبسبب وجود علاقة ما بين وسائل نشر نوادى الكتب ووسائل نشر كتب الاشتراكات ، فسوف نتناول هذه المسألة أيضا بالشرح والمناقشة .

وبعد النجاح الاوى الذى ظفرت به كتب النوادى ذات الطابع العام مثل « النقابة الأدبية » ونادى كتاب الشهر فى الولايات المتحدة الأمريكية ، نشأت أنواع أخرى كثيرة من نوادى الكتب ، التى تلبى اهتمامات ومصالح أنواع معينين من القراء مثل : نادى الكتاب العلمى ، ونادى الكتاب الدينى ، ونقابة ادب الناشئة . ونادى الكتاب التاريخى ، ونادى كتاب المهندسين ، الخ ، الخ .

ولهذه النوادى المتخصصة فائدتها ووسائلها المتبعة ، بيد انه من الأسهل علينا أن نفهم مشكلات وطرائق نوادى الكتب ، اذا بدأنا بالتفكير فى نوادى الكتب التى تصدر كتباً عامة خليقة بأن تروق للمثقفين من الناس من أى نوع وفى كل مكان .

والقصص والسر والتراجم وكتب العلوم العامة ذات الطابع العام هى أكثر أنواع الكتب التى تتصدى لها هذه النوادى بطبيعة الحال .

وثمة مفهومان رئيسيان وراء فكرة نادى الكتاب الاول ، اولهما أنه اذا استطاع ناشر ما أن يضمن بيعا كبيرا لاي كتاب ، ففى وسعه أن يزيد الكمية المطبوعة ، ومن ثم يخفض سعر البيع بسبب التوفير فى نفقة الكلفة بحسب النسخة الواحدة .

وثانيهما ، وهو الذى كان أكثر أهمية ، على الأثر فى الولايات المتحدة الامريكية قبل نشأة التوزيع الكبير لكتب الغلاف الورقى - هو أنه كانت هناك طائفة كبيرة من قراء الكتب - باعتبار ما سيكون - لا تلبى طلباتهم محال بيع الكتب ، وأن من الممكن جعلهم زبائن اذا تسنى اصطناع سبيل ما لارسال الكتب اليهم بالبريد فى مقابل ذلك .

وفى السنوات الاخيرة أصبح من الجلى أن نوادى الكتب يمكن أيضا أن تروج بين سكان المدن على الرغم من أن محال بيع الكتب فى متناول أيديهم ، بسبب الاغراءات الخاصة المتمثلة فى الاسعار الرخيصة والكتب المجتية ، الخ ، التى تمنحها نوادى الكتب على سبيل الدعاية وكسب ثقة القارئ .

ولقد أثار ذلك مشكلات جنية نتيجة للموقف العدائى من جانب باعة الكتب الذين رأوا أن ذلك يحيف على تجارتهم ويحرمهم من قسط من أرباحها .

بيد أنه بصرف النظر عن مشاعر باعة الكتب وما يعتل فى نفوسهم من غل ، فإن أية خطة للنشر تتسبب فى كساد أو بوار محال بيع الكتب بالتجزئة ، فيقينا ستكون ضارة بالناشرين وضارة بالمجتمع .

وسوف نعود الى هذه المشكلة - التى لم تحل بعد حلا كاملا - وهى أثر نوادى الكتاب فى مصلحة بائعى الكتب بالقطاع . بيد أنه ينبغي أن نذكر هنا أن نوادى الكتب ، على الرغم من أنه نظر إليها فى الاصل على أنها تخدم فقط السوق الريفى ، إلا أنه اتضح أن لها امكانيات فى المدن أيضا .

والشروط اللازمة لنادى كتاب ناجح هى :

١ - عدد طيب من المثقفين القادرين اقتصاديا على شراء الكتب ، لا يتاح لهم الوصول الى محال بيع الكتب ، بالضرورة ، ممن يريدون أو يحتاجون الى

توجيه وإرشاد فى اختيار أى الكتب يشقرون ، أو ممن يرغبون فى الاستفادة فى  
ميزة التوفير فى السعر بوساطة الشراء من نادى الكتاب .

٢ — نظام بريدى يتميز بالكفاءة فى توزيع وتسليم الكتب المطلوبة .

٣ — وسيلة ميسورة لتحويل مبالغ صغيرة من النقود بوساطة نظام بريدى  
فعال سهل يقوم على أساس « الدفع عند التسلم » ، أو حوالات مالية  
بريدية ، أو وجود نظام سائد للحساب الفردى المنفوع بإحدى الوسائل  
المعمول بها فى هذا الصدد.

٤ — طريقة كلها اقدام وجراة للدعاية والترويج هادفة الى انخراط المشتركين  
فى سلك نادى الكتاب .

٥ — عتاد موجود للطباعة لانتاج مطبوعات كثيرة بتمن ينخفض كثيرا بحساب  
سعر النسخة عما هى الحال فى النسخ ذات الحجم الطبيعى .

( ونميا يتعلق بهذه النقطة الاخيرة ، الخاصة بالوسائل الميسرة للطباعة ،  
فينبغى الإشارة الى أن التفكير الجيد مطلوب فى حالات كثيرة ، أكثر من العتاد  
الجيد . فثمة دور طباعة فى آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية ذات مقدرة وكفاية  
وجدارة مادية ، فى الوقت الحاضر بالذات ، وفى وسعها اصدار طباعات كثيرة  
رخيصة جدا بسعر النسخة ، ولكن الطباعين يفتقرون الى الفهم الواضح  
للتكاليف بحيث يستمرون فى أداء عمليات موصولة بنفس التكاليف الباهظة التى  
تقتضيها الطباعات الصغيرة . أو ، حتى اذا انلحوا فى التوفير والتدبير ، فلربما  
لا يجنى زبائنهم من وراء ذلك شيئا ، لمجرد أنهم على غير وعى بها . وهذا  
الوضع لم تسلم منه الولايات المتحدة الامريكية وغيرها من الدول المتقدمة .  
وهذه مسألة اضافية للناشرين الهادفين لتعلم كل ما فى وسعهم أن يتعلموه  
عن تكاليف الطبع ) .

وقليل من الدول النامية من لديها الامكانيات المتاحة والمقصرة — حالا  
ومباشرة — على الوفاء بكل هذه الشروط الخمسة المذكورة .



وخليق بالناشر الذى يفكر فى ولوج هذا النوع الخاص من النشر أن يعتبر مدى ما يصيب خطته من عطب أو بوار اذا ما أخفق فى الوفاء بشرط أو أكثر من هذه الشروط اللازمة .

ولقد أفلح عدد من نوادى الكتب فى الافادة من استعمال كتب أصلية حصلوا على تفويض باعادة طبعها ونشرها ، بيد أن العدد الأكبر من النوادى الناجحة ( مثل ناشرى الطبقات الثانية للتوزيع الكبير التى سبق ذكرها فى الفصل السابق ) اعتمدت على كتب من تحرير ناشرين آخرين . ويتم الحصول على الترخيص باعادة طبعها فى طبقات نادى الكتاب بموجب اتفاق تجارى مع الناشر الاصلى .

وبهذه الطريقة فان ناشر كتاب النادى يوفر . نيس فقط كلفة التحرير ، ولكن يوفر أيضا ، عادة ، كلفة صف أو جمع الحروف فى الطباعة . وهذه الضروب من التوفير ، مضافة الى الاقتصاد الناشئ من اعادة الطبع بكميات كبيرة ، كتيلة بان تمكن نادى الكتاب من البيع بثمن أرخص .

أما بالنسبة لنوادى الكتب الصغرى التى تنشر كتباً فى ميادين متخصصة ، ومن ثم بكميات صغيرة ، فليس من الضروري أن تطبع كتباً على الاطلاق ، وانما فى وسعها أن تقتصر فحسب على شراء نسخة جاهزة من الكتاب من الناشر الاصلى ، وطبعاً بنسبة مئوية كبيرة من الخصم .

وإذا تسنى لنادى الكتاب أن يختار كتابه ، قبل أن يذهب الناشر بكتابه الى المطبعة ، فان عدد النسخ التى يطلبها نادى الكتاب يمكن أن تضاف الى العدد الذى كان الناشر سيطبعه على أية حال ، وفى هذه الحالة فان كلفة الناشر فى انتاج تلك النسخ الاضافية خفيفة بان تكون قليلة الثمن جداً ، كما اتضح لنا فى الفصل الثالث .

أما اذا اراد نادى الكتاب أن ينتج طبعته الخاصة به ، فان أرخص طريقة ، هى ، عادة ، استئجار صحائف طبع الناشر الاصلى ، اذا كان الكتاب قد تم طبعه بطريقة « الاوفست » . أما فى حالة الكتاب الذى لم يطبع بطريقة الصنائع فمن الممكن تصويره واعادة طبعه بالافست .

وأحيانا اذا كان الكتاب الاصلى ذا تصميم كبير جدا ، او كان تصميمه من النوع المعروف فى المسافات بين السطور ، فان الدراسة الدقيقة خليقة بأن تبرهن على أن من الأرخص فعلا اعادة صف او جمع الحروف بحيث يمكن اصدار الكتاب فى تصميم أصغر حجما وأقل صفحات بالنسبة لطبعة نادى الكتاب .

أما التدابير التجارية التى تحصل بمقتضاها نوادى الكتب على الاذن من الناشرين الاصيلين لاعادة اصدار الكتب فهذه عادة ما تكون على أساس الثمن بالنسخة بحيث تجمع بين نسبة مئوية من ثمن غلاف نسخة نادى الكتاب ( ويحيث يكون العائد مناصفة تقسم بين الناشر الاصلى والمؤلف على نحو ما ، انظر الفصل الثامن عشر ) وبين « ايجار الصحائف » اذا استعمل النادى صحائف الناشر فى الطباعة .

وعادة ، لكى يتم اقناع الناشر الاصلى بمنح حق اعادة الطبع على الرغم من أن العدد المحدد للنسخ لم يعرف بعد ، فان نوادى الكتب تدفع قسما مقدما او « ضمنا » يعتبر هو الحد الأدنى الذى يدفع للناشر الاصلى ، ثم بعد ذلك تدفع مبالغ اضافية حسبما يسوغها عدد الكتب المباعة فعلا .

### كيف يعمل نادى الكتاب؟

ثمة أنواع كثيرة مختلفة جدا من مشروعات نوادى الكتب بحيث يستحيل تسمية طريقة واحدة مشتركة عنها جميعا وتنسحب على كل طرزها . وأنه لمن العيب نصح أى ناشر فى بلنميين بأنها أفضل أو أجدى بأن يتبعها ويستعملها .

ولعل السياق التالى كفيلا بأن يساعد على بيان السبل التى اتخذت فى هذا الصدد .

ولعل بعضها يوحى بالاقتباس أو التطبيق أو التعديل المناسب لكل بلد على حدة ، أو لعدد معين من البلاد .

### الاتفاق مع المشترك

يحاط المشترك علما ، بالبريد ، كل مرة ( مرة كل شهر فى بعض المشروعات ) بأن كتبها جديدا على وشك الصدور من « مختارات نادى الكتاب » .

وعلى المشترك أن يرد على النادى بـرجوع البريد وعلى نفس البطاقة المرسلة من النادى فى حدود أجل مسمى ( فى ظرف عشرة أيام مثلا ) برغبته أو عدم رغبته فى شراء الكتب . فإذا لم يرد ، فمن حق النادى أن يفترض أنه يريد شراء الكتب . ( وهذا الشرط ، يعتبر فى نظر الكثيرين أنه السر الحقيقى لنجاح نادى الكتب ) .

وليس من المحتم على المشترك أن يطلب كل كتاب يقدمه النادى ، ولكن حسب مقتضيات معظم شروط نوادى الكتب ، فإنه يوافق على شراء عدد معين من السنة ( ربما أربعة ) . وهو يتسلم ايضا لقاء كل كتاب يأخذه ويدفع أنثمن بالبريد ، عادة فى خلال ثلاثين يوما ، أو فى حالة نظام « الدفع عند التسلم » يدفع لمعامل البريد المبلغ الذى يتقاضاه النادى مضافا اليه نفقات التسليم بالبريد الإضافية .

وفى معظم خطط نوادى الكتب ، فإن فى وسع المشترك أن يأخذ أى كتاب سبق لنادى الكتاب أخفياؤه بدلا من كتاب جديد .

ومن ثم ، فإنه فى حالة أى ناد من نوادى الكتب التى لها تاريخ راسخ فى هذا المضمار ، فإن مجال الاختيار واسع جدا أمام المشترك .

وقد تكون ثمة كتب مجانية أو فوائد أو مزايا أو علاوات أخرى بعد أن يكون المشترك قد اشترى عددا معيناً من الكتب . وهذه مسألة تتوقف على الخطة المعينة التى يتبناها النادى ، وتتفاوت بطبيعة الحال من ناد لآخر .

وسوف نناقش هذه الامور تحت « الاغراءات الخاصة » فى السياق التالى .

وعلى سبيل المثال لا الحصر ، نسوق هنا نموذجا نمطيا لما تحويه البطاقة المرسلة إلى المشترك على النحو التالى :

« أرجو ادراج اسمى كعضو تحت التجربة فى نادى كتابكم ، وأرسلوا الى بالجان موسوعة الفنون التى أعلنتم عنها . وأوافق على شراء أربعة مختارات شهرية أخرى فى أثناء السنة الأولى لعضويتي . ولى الحق فى إلغاء عضويتي

فى أى وقت بعد شراء هذه الكتب الاربعة . فلذا استمرت بعد التجربة، فمن  
حقى ان اطلقى كتباً اضافية بالجلد من اختيارى لقاء كل أربعة كتب اشتريها  
بائمان النادى المخفضة الخاصة بالاعضاء . وبالنسبة لاختيارى الشهرى  
الأول ، فأرجو أن ترسلوا الى مع الايصال الكتب التالى . . . » .

### النشرة الاخبارية

ان النشرة الاخبارية التى ترسل الى كل المشتركين لها أهمية كبرى من حيث  
انها تثير الاهتمام وتحافظ على شغف المشترك ، كما انها حليقة بأن تقنع  
المشاركين بشراء المزيد من الكتب على نحو ينفوق ما يحدث اذا ترك لهم الاختيار  
بدون هذا المحفز .

ومن الملاحظ ان النشرة الاخبارية النمطية قد تخصص على الأرجح ربع  
مساحتها للاعلان عن كتابها المختار الجديد ، مع نبذة عن حياة المؤلف وأعماله ،  
وأقباسى من الاقوال التى ذكرها النقاد تقرظاً للكتاب قبل طبعه ونشره مع  
مقطعات تدل على أهميته فى نظر الحجاج من المثقات .

أما بقية النشرة الاخبارية فتخصص لقائمة تحوى أهم الكتب البارزة الأخرى  
التي يزكيها نادى الكتاب والتوفى وسع المشترك ( وفق شروط معينة ) أن يختار  
منها بدلاً من الكتاب الرئيسى المعلن عنه ، وكذلك قائمة مختارة من الكتب الكثيرة  
السابقة التى فى وسع المشترك أن ينتقى منها ما يشاء .

وتكون النشرة الاخبارية ، عادة ، مزودة بصورة ايضاحية ، على الأقل  
مزدانة بصور المؤلفين ، وأحياناً برسوم منتقاة من الكتب .

### لجنة الاختيار

لعل أسماء «قضاة» أو حكام كتب النوادى أو أعضاء لجنة الاختيار  
أصبحت اليوم أقل أهمية مما كانت عليه عندما كانت فكرة نادى الكتاب جديدة  
فى مستهل عهدها ، وكان المشتركون الممولون أقل مقدرة على الحكم والاختيار  
بأنفسهم .

بيد أنه — حتى في الآونة الحاضرة — فإن كثيرا من النوادي لا تزال تنوء بالاسماء الشهيرة لحكامها من المؤلفين والباحثين من العلماء وجهابذة العلم أو شخصيات نوى شهرة ومكانة مرموقة توحى بالثقة .

ومن المسلم به طبعاً ، أن القضاة لا يستطيعون قراءة كل الكتب المعروضة للفحص ، ولكن قضاة نوادي الكتب الراسخة في الميدان هم الذين يقومون فعلاً بالاختيار النهائي ، وكثيراً ما يزودون الناشر بعبارات أو اقوال يضمنها في النشرة الاخبارية لتفسير وتسويغ اختيارهم .

### الترويج

وبسبب أنه لا يوجد نادى كتاب يظفر بتجديد عضوية أعضائه مائة في المائة كل عام ، فإن بعض الأعضاء يتخلون عن عضويتهم على نحو موصول ، ومن ثم فلزام على قسم الترويج أن يكون مشغولاً طوال الوقت في الحصول على أبدال محل الذين تخلوا عن عضويتهم ، وهذا بصرف النظر عن الرغبة الطبيعية في زيادة عضوية النادي بقدر الامكان على نحو موصول أيضاً .

وحملة الترويج ، عادة ما تقدم حجتين :

أ - الاغراءات الخاصة من قبيل الاثمان المنخفضة والكتب المجانية ، الخ ، التي سنتناولها في السياق التالي .

ب - ميزة المختارات السابقة وميزة المختارات الجديدة ( فرضاً بأن كليهما من نفس الطراز النفيس ) التي تمنح للمشارك كل شهر .

ويستعمل كلا الاعلان بالمساحة في الصحف والمجلات ، والاعلان بالبريد المباشر ، لجذب المشتركين الجدد ، وعادة ما تكون هذه الاعلانات مزودة برسوم ايضاحية جميلة للكتب التي تنتقى منها هذه المختارات .

### الاغراءات الخاصة

لعل أكثر ضروب الاغراءات الخاصة التي تمنح للمشاركين الجدد حالياً ، رواجاً ، هي كتاب مجاني ، أو عدد من الكتب المجانية تمنح للمشارك وقت

توقيعه على صك الاشتراك دون أن يدفع أى شيء على الإطلاق ، اللهم الا موافقته على أن يشتري ( مثلا ) أربعة من الاثنى عشر كتابا مختارا من الكتب المقدمة فى العام القادم .

وثمة اغراء آخر ، كثيرا ما يمنح وهو كتاب مجانى فى مقابل كل أربعة تشتري .

وثمة وسيلة أخرى لا تتضمن اية كتب مجانية ، وانما تقاضى الثمن بسعر منخفض جدا عن ثمن البيع المكتوب على الفلاف لكل كتاب يأخذه المشترك ، وبعض النوادى تجمع بين عنصر أو أكثر من كل هذه الخطط على نحو ما .

### شكوى بائعى الكتب

هذه الاغراءات الخاصة ، طبعا ، هى التى تثير الاحتجاجات المرة من جانب بائعى الكتب .

ولقد كانت هناك اوقات عندما كان فى وسع المشترك فى أحد نوادى الكتب أن يشتري كتابا ما بثمن اقل مما فى وسع بائع الكتب أن يشتريه من الناشر مع خصم البيع المهود لبائع الكتب ؟

ولقد حاولت نوادى الكتب ، والناشرون الذين يتعاونون معها التصدى لهذا بطرق عديدة تشمل اتخاذ تدابير يستطيع بائع الكتب فى ظلها أن يأخذ هو نفسه المشتركين فى نادى الكتاب ويتقاضى نسبة معينة عنهم ، بيد انها لحقيقة فعلا ان بائعى الكتب لن يتحمسوا ابدا ، أو يهشوا ويبشوا لنوادى الكتب .

وخير ما يرجى هو أن معظم المشتركين فى نوادى الكتب — كما تقرر نوادى الكتب ، وكما سبق أن نكرنا فى الفصل السابق فيما يتعلق بالتوزيع الكبير للكتب — لن يكونوا زبائن دسعين لحل بيع الكتب حتى ولو لم توجد نوادى كتب على الإطلاق .

وانه لصحيح حقا ، فى عدد من الدول الغربية ، أن نوادى الكتب الرئيسية قد ساعدت فى تنمية عادة القراءة المنتظمة بين ملايين من الناس ، وإن طائفة منهم

سوف يصبحون زبائن لمحل بيع الكتب ، على الرغم انه من المرجح انهم ، لولا تلك النوادي ما كانوا ليقربوا الكتب أو يمسوها ، فضلا عن أن يقرأوها أبدا .

ان مشكلة نادى الكتاب ضد محل بيع الكتاب ليست مشكلة هينة لا تحوج الى رأى أو اجتهاد . ينبغي اتخاذ كل سبيل ممكن لحماية مصلحة بائع الكتب والبقاء المستمر لمحل بيع الكتب ، مهما تكن حجج نوادى الكتب قوية اذا اعتبرت بحد ذاتها .

### نوادي كتب المدرسة

وثمة نوع خاص من نوادى الكتب لقي نجاحا كبيرا في الولايات المتحدة الامريكية ، الا وهو نادى كتاب المدرسة ، الذى يستعمل احدى المجلات القومية المدرسية كاساس وركيزة .

وفى ظل هذه الخطة ، فان المعلم أو لجنة الفصل التى يعينها المعلم ، تعمل بمثابة وكيل للجمع واخذ الطلبات .

وهناك نوادى كتب المدرسة لىختلف الاسنان للنائشة ولتختلف انواع الكتب .

### كتب الاشتراك

ان نشر كتاب الاشتراك شئ شبيه بعملية نادى الكتاب فى أنه لا يعتمد كثيرا على محال بيع الكتب ، وانما يستعمل على اوسع نطاق ممكن الاعلان بالمساحة والاعلان بالبريد المباشر . ولكن بيع الاشتراك عادة ما يستعمل على نطاق واسع طريقة البائعين التجولين الذين يطرقون الابواب . والقيمة المالية للكتب المبعة خفيفة بان تكون كبيرة جدا . ومن ثم فهى تستحق المضى الى ابعد الاماد وبذل كل الجهود للحصول على مشترك .

ولقد استعملت طريقة الاشتراك فى كثير من الانواع المختلفة من الكتب ، ولكن اكثر الامثلة المعروفة المألوفة هو الموسوعة ذات المجلدات العديدة . وبصفة عامة فان بائعى الاشتراكات يحاولون التعامل فى الكتب التى لا توجد بانتظام فى محال بيع الكتب .

والدفع بالانتساب هو العادة المألوفة ، أحيانا على أساس مجلد بعد مجلد حيث ان الكتب تسلم على مدى فترة من الزمن ، وأحيانا على أساس ربع أو أية نسبة أخرى من الثمن الكلى ، في كل قسط على حدة .

وفي بعض المشروعات فإن السلسلة برمتها تسلم للمشتري منذ البداية ( إذا فتح المشتري حسابا معتمدا لذلك ) ، وأحيانا يوجد اغراء خاص مثل مجلد اضافي أو محفظة ترص فيها المجلدات على سبيل المكافأة لدفع الثمن بالكامل مقدما .

ولقد استعملت طريقة الاشتراك بنجاح في أمريكا اللاتينية ليس فقط بالنسبة لسلامل الكتب في مختلف الميادين ، ولكن أيضا بالنسبة لمكتب الطبعة وعلى نطاق واسع جدا .

#### الدرس المستفاد من نوادي الكتب

وربما لا تكون وسائل نوادي الكتب وكتب الاشتراك مفيدة ، حاليا ومباشرة في كل الدول النامية ، ولكن الدرس الذي تقدمه تلك الاختراعات في نشر الكتاب قد لا يكون الخطوة المعينة المتبعة بقدر ما هو الخيال الابداعي الخلاق الذي اصطنع وأنشأ طرائق ووسائل لبلوغ ملايين الناس ممن ما كانوا ليشتروا كتابا حتى ابتدعت تلك الحيلة الجديدة .

وليس في وسع أي اجنبي أن يقول بالضبط أية خطة خليقة بأن تنلج في أي بلد ، بيد أن الناشرين ذوي العقول الناشطة والرغبة الصادقة في الجمع بين الكسب وبين خدمة مواطنيهم ، قد يجدون طريقا على الصراط المستقيم .





## الترجمة : نافذة على العالم

ان الترجمة تفتح نوافذ على العالم وتسهم فى تنفيذ العقل واثراء الروح على نحو لا سبيل اليه بأية طريقة أخرى . وأيا ما كانت مرحلة التطور التى بلغها بلد ما ، فلا جدال فى أنه لا يستطيع الماضى فى سبيله بدون كتب مترجمة .

بيد أن مشروعات الترجمة لها صعوباتها ومشكلاتها الخاصة بالنسبة الى الناشر ، ليس فقط فى الاعداد الخاص بالتحجير ، ولكن أيضا على المستوى العملى والاقتصادى .

وهذا الفصل سيعالج بين الامور التى يختلف فيها نشر التراجم عن النوع العادى من الكتب .

وطوال العصور ، كانت التراجم من بين أكثر الكتب تأثيرا ونفوذاً .

والمالم الغربى بصفة خاصة يدين بالفضل العميق للآراء والاحياء والتنبيه التى جاءت اليه عن طريق التراجم التى تمت فى بلاد هارون الرشيد والمأمون ابان العصر الذهبى لبغداد .

ولا جدال فى أن التراجم التى نقلت من التراث اليونانى الى العربية ثم فيما بعد من تلك التراجم ومن الأعمال الاصلية لعلهاء العرب والفرس الى اللغات الأوربية ، قد أسهمت بنصيب يعتبر من أهم ضروب الاسهام فى عصر النهضة الأوربية .

ولكن المرء خليق بالآل يحصر تفكيره فى فترة واحدة أو طور أو عصر واحد لكى يجد أمثلة على مدى وكيفية تأثير الترجمة فى الفكر الغربى .

ان افلاطون ، وأرسطو ، والرازي ، ومونتسكيو ، وجفرسون ، ولوك ،  
وماركس ، وفرويد واينشتين وأورتيجا كلهم يدورون بخلفنا كمفكرين كان  
تأثيرهم عن طريق الترجمة أعظم من تأثيرهم باللفات التي كتبوا بها .

على أن فائدة الترجمة ليست مقصورة على التبادل الثقافي بين الدول أو بين  
العصور القديمة والحديثة . ففي الدول الكبيرة التي تستعمل لغات كثيرة ،  
تستطيع الترجمة من لغة محلية إلى أخرى . أو من اللغة المحلية إلى اللغة  
القومية : أن تساعد في خلق روح الإخاء والتفاهم في نطاق الأمة الواحدة .  
وفي الدول النامية قد يكون ثمة مسوغ معين للترجمة كبديل مؤقت يحل  
محل أنواع معينة من الكتب سوف تؤلف وتكتب محليا على سبيل الإنشاء  
الأصيل — بيد أبنائها فيما بعد .

فهى إذن مجرد وسيلة للحصول على أنواع معينة من الكتب المحتاج إليها ،  
بسرعة ، قبل أن يتسنى للكتاب والناشرين المحليين بلوغ نقطة انتاج انشائهم  
الأصيل .

ولكن بعد أن يتم اشباع تلك الحاجة المؤقتة بالكتب المحلية — فستظل دائما —  
والى الأبد — رغبة وحاجة وضرورة في الإبقاء على فتح « النوافذ على العالم »  
من طريق الترجمة من الدول الأخرى ، مهما تبلغ الكتب المؤلفة محليا من  
الكثرة كما ومن التفوق كيف .

وان المرء ليلاحظ في الولايات المتحدة الأمريكية ، مثلا ، أنه كلما أصبح  
التأليف المحلى أكثر نموا واطرادا زاد عدد التراجم المنشورة .

وباستثناء أنواع معينة من الكتب (على سبيل المثال الكتب الدراسية للناشئة  
في المرحلتين الابتدائية والثقوية ) التي ستفضل دائما باتشائها لأصيل على  
الترجمة ، فإن الكتب من الطرازين — الإنشاء الأصيل والمترجم — لا تنافس  
بعضها بعضا ، وإنما في الواقع من الأمر تشدد أزر بعضها بعضا ، وتشجع  
بعضها بعضا ، مافى ذلك أدنى ريب .

ان تطور وتنمية وارتقاء نشر الكتاب ، مسألة تسير على نهج ارتقائى فى وحدة متكاملة ، والاهتمام بالترجمة وتشجيعها ودعمها بالمدد اللازم ، مستمر على نحو موصول .

والدول الغربية وخصوصا الولايات المتحدة الأمريكية كانت بطيئة ومتراخية ومحجمة فى ادراك الحاجة الى الترجمة من المصادر الآسيوية والأفريقية والأمريكية واللاتينية ، وشغعت مراكز النقل بتركيز شديد جدا فى الماضى على التراجع من لغة أوروبية الى لغة أوروبية أخرى .

ولكن هذا الخطأ موضع تصحيح واستدراك فى هذه الآونة .

ولايزال الشوط طويلا فى هذا المضمار .

وشمة حاجة الى انجاز الكثير فى هذا الصدد . وآية ذلك أنه فى الولايات المتحدة الأمريكية قد زاد نشر التراجم من آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية فى السنوات العشرين الماضية بحيث فاق كل ما سبق فى تاريخ أمريكا منذ كان لها وجود .

وسوف نتناول فى هذا الفصل تلك النواحي الخاصة بمشروعات الترجمة من وجهة نظر الناشر :

١ - اختيار الكتاب .

٢ - الخطوات العملية فى سبيل الترجمة .

٣ - مسائل المواءمة والتعديل والتكييف عند الترجمة الى اللغة الجديدة .

٤ - وبعض المشكلات الاقتصادية .

١ - اختيار الكتاب

لأن بعض المنظمات او المؤسسات الأجنبية كثيرا ما تكون متضمنة على نحو ما فى مشروعات الترجمة ، فإن أول وأهم شيء ينكر فى موضوع اختيار الكتاب هو أن أصحاب الشأن من الناس المحايدين هم الذين يجب أن يختاروا الكتب .

والذين يقومون بهذا الاختيار أو يشيرون على الناشر بشأن الكتب التي سوف يفاخر براسماله في نشرها، ينبغي أن يكونوا ليس فقط ذوي دراية وكفاية ومقدرة تامة في اللغة التي سيتم ترجم منها ، ولكن - وينفس الدراية والكفاية والمقدرة - ذوي فهم وفقه لحاجات واهتمامات القراء في اللغة المترجم إليها .

وما لم تتوافر هاتان الخصيصتان فيمن يتصدون للاختيار فلن يقدر للكتب الصحيحة أن تختار .

وثمة مسألة هامة يجب أن تكون دائما نصب العين ، وهي : هل القراء الاضافيون لنسخة المترجمة سيكونون عبيدين بدرجة كافية تسوغ النفقة ؟

فمثلا ، انه لمن العبث والسخف اتفاق المال والجهد والوقت في ترجمة مؤلف انجليزي في الطبعة النووية الى احدى اللغات الافريقية في غانا حيث ان كل قارئ كءء لاستعمال الكتاب قد تعلم باللغة الانجليزية .

ومن جهة اخرى فان ترجمة مثل هذا المؤلف الى اللغة البرتغالية خليق بأن يجعل الكتاب في متناول آلاف من القراء البرازيليين الذين ليس في وسعهم استعمال المؤلف الاصلى ، بسهولة ويسر .

وكذلك الامر بالقياس الى حالة اخرى . فان ترجمته الى الفرنسية كفيلا بأن تجعله يصل الى آلاف من الافريقيين الذين لولا هذه الترجمة ما وجدوا اليه سبيلا ولتعذر عليهم الافادة منه .

وثمة مسوغ مماثل للترجمة الى اللغة القومية في اتدونيسيا حيث تعلم الجيل القديم باللغة الهولندية ، وتعلم الجيل الحديث باللغة الباهاسية الاندونيسية .

وطبعا ، هناك انواع معينة من الكتب تصعب جدا ترجمتها ترجمة سليمة . فالشعر مثال واضح في هذا الصدد . وثمة اناس يقولون ، جزما وبثا : ولا يمكن ترجمة الشعر .

وقد يكون هذا صحيحا تماما .

ولكن الامر يحتاج الى شاعر ملهم لترجمة الشعر ، ومن المرجح انه اخلق  
بان ينشئ قصيدة جديدة عن الموضوع الاصلى بدلا من أن يترجم شعر غيره .

ومن المؤكد أن كثيرا من دارسى الادب الفارسى يقولون أن الترجمة الانجليزية  
الشهيرة لرباعيات عمر الخيام التى نقلها فيتز جيرالد « قد تكون أدبا بارعا  
ملهما ، ولكنها ليست عمر الخيام » .

على أن الشعر ليس سوى أوضح مثال لنوع الأدب الذى تكون فيه الكلمات  
بحرفها ونصها تماما فى الانشاء الاصيل ذات لون وجرس ونغم ومعان مضمرة  
او مجازية لا يمكن نقلها بالضبط فى الترجمة مهما يكن حظ الناقل من النفقة فى  
اللفة المنقول عنها .

بيد أن هناك أنواعا أخرى كثيرة من الكتب لها نفس المشكلات وهذا صحيح  
بصفة خاصة فى كتب الناشئة التى تتضمن سحبا او استعارات أو ألفاظا  
مجازية ، لا يمكن أن تكون واحدة فى لغة جديدة .

ومن ثم فلزام على الذين يختارون الكتب للترجمة أن يحكموا على صعوبة مثل  
هذه المشكلات بالقياس الى القيمة الكلية للكتاب نفسه .

وبصفة عامة ، يمكن القول بأنه كلما انخفض مستوى التعلم ومعرفة القراءة  
والكتابة ، زادت صعوبة جمل الترجمة آمنة ومطابقة للأصل ، وفى نفس  
الوقت مثيرة لاهتمام القارئ وجذابة لشغفه الى درجة كبيرة .

وعلى النقيض ، كلما ارتفع مستوى التعلم ومعرفة القراءة والكتابة ، سهل  
على الكاتب الماهر أن يترجم ترجمة سليمة تجبع بين الدقة وبين سهولة  
القراءة ( فيما عدا ، طبعا ، ترجمة الكتب التى تنصدى للتكنولوجيا الحديثة  
التي ربما تكون مصطلحاتها غير موجودة فى اللغة المترجم اليها ) .

وفى ميدان القراءة الإضافية ، فإن التراجع يمكن أن تكون مفيدة على الأخص  
فى « فتح النوافذ » باعطاء افكار وانطباعات عن كيف يعيش الناس فى أجزاء  
أخرى من العالم .

وعلى الرغم من صعوبة انجاز تراجم جديدة لكتب الأطفال كما سبق أن ذكرنا فانها جديرة بالمحاولة وبذل الجهد لتوسيع آفاق قراء الطبعات المترجمة .

ان كلا الكتب المترجمة والكتب الاصلية التى تعالج شخصيات اجنبية ومشاهد اجنبية ، لقيت رواجاً منقطع النظير لسنوات عديدة فى السوق الامريكية لكتب الناشئة .

ان شخصيات فريدناند ، وبابار ، وهيدى ، وبينج ، وعلى بابا ، وشهر زاد - من اسبانيا ، وسويسرا ، وفرنسا ، والصين ، وبغداد . كانت ولا تزال هى أحب الشخصيات القصصية فى كتب الناشئة فى الولايات المتحدة الامريكية مثلما هى الحال فى كثير من الدول الأخرى حيث يهيم بها الأطفال شغفا .

اما كتب القراءة الاضافية ذات الصيغة الاعلامية مثل العلوم المبسطة فهذه يمكن ترجمتها بتصرف وتعديل يلائم الطابع المحلى وحاجاته ، كما هو مشروع فى سياق لاحق من هذا الفصل . وهى خليفة بأن تبلغ الذروة فى القيمة والجودة فى تنمية الاهتمام والوعى بالقراءة وكذلك فى امتداد التثقيف والعلم خارج نطاق قاعة الدرس بحيث يكون له ظهيرا .

وموجز القول بشأن اختيار الكتب أن كل كتاب يختار للترجمة ينبغى أن يحكم عليه ليس فقط من حيث قيمته فى حد ذاته فى طبعته الاصلية ، وانما بالقياس الى قابليته لأن يترجم ترجمة تتسم بالجاذبية والمغزى والطلاوة والابداع .

وثمة مسألة أخرى فى هذا الصدد وهى هل التصرف فى الترجمة وتعديلها للامعة الطابع المحلى تعديلا مناسبا ، خلىق بأن يجعل اختيار الكتاب صوابا . حتى ولو لم يكن مناسبا كليا فى ترجمة مباشرة بلا تعديل ولا تكييف ؟

## ٢ - الخطوات العملية فى سبيل الترجمة

بعد اختيار الكتاب ، فان أهم خطوة تالية من جانب الناشر فى أى مشروع ترجمة هو اختيار المترجم ، وما أكثر التراجم - التى تراكمت فى كل العصور والبلاد - على يد ملجورين لاحظ لهم من الالهام أو الذوق الأدبى .

ان الحصيلة ان تكون سوى كتب رديئة اذا اقتصرتم قدرة المترجم على مجرد الصبر فى النقل من لغة الى أخرى حتى لو التزم الامانة فى مطابقة المنقول للانشاء الاصيل وكأنه فرغ من امره ثم يقبض أجره وينقل الى مشروع آخر . وحتى البعض من أقدر الكتاب من ذوى المكانة الادبية الممتازة بالنسبة لما يؤلفون وينشئون بلغتهم الاصلية ، قد ينزلقون ولو بغير ارادة الانزلاق الى ذلك الموقف عندما يترجمون .

ومن ثم فان الحاجة لا مراء ، تتطلب اناسا ذوى معرفة كاملة باللغة الاصلية ، واسلوب جيد فى لغة الترجمة ( التى يجب ان تكون هى لغة المترجم القومية ) واحساس بان الترجمة انما هى مناهضة متحدية على مستوى رفيع ، وعمل ادبى خلاق فيه صعوبة وعسر ، ولكنه فى نفس الوقت يعطى الجزاء الكافى والمكافأة المرضية .

بيد ان هناك شرطا آخر مطلوبا من المترجمين الى جانب الشرط المتعلق باللغة . ففى كتب الحقائق والاعلام بصفة خاصة يجب على المترجم ان يكون متفقه فى الموضوع الذى يعالجه الكتاب .

ولان هناك كثيرا من الدول النامية يقل فيها عدد من يملكون المقدرة البارعة فى كلتا اللغتين ، فاحيانا ما يكون من المستحيل العثور على أى شخص واحد يجمع بين صفتى المترجم الجيد والمتخصص المتفقه فى موضوع الكتاب .

وفى تلك الحالات فان احسن حل قد يكون هو اصطناع فريق متعاون من شخصين احدهما خبير فى موضوع الكتاب والآخر صاحب مهارات وقدرات لغوية يؤدى وظيفته فى الترجمة مستعينا بمعرفة العالم الخبير فى المادة . فمثلا ، بالنسبة لكتاب اطفال عن الحيوانات ، فان الفريق قد يتكون من عالم بالحيوان وكاتب له خبرة ودربة فى الكتابة للناشئة .

واذا لم يكن من الميسور توافر فريق من اثنين للاضطلاع بالترجمة الفعلية، فمن الممكن على الاقل ان يختار كمراجع من هو قادر على فحص الترجمة قبل الطبع . على ان تكون لديه الموهبة الفنية التى يفترق بها المترجم .



ثم ان كل ترجمة ينبغي ان يكون لها مراجع مهما يكن حظ المترجم من المقدرة  
أو الشهرة . .

وحتى فى الحالات التى يجمع فيها المترجم بين العلم بالمادة كحجة وثقة وبين  
مهارة الأسلوب ككتاب من الطراز الأول فان وجود المراجع خليق بأن يكون  
نافعا على أية حال ، ولو فى منع البلبلة والغموض بالنسبة للقارئ ان لم يكن  
فى منع الخطأ الفعلى فى الترجمة .

وفى كثير من الدول رسخ تقليد المترجم والمراجع كفريق متعاون بحيث ان كلا  
الاسمين يظهران عادة على صفحة العنوان . ولا يرى المترجم أية غضاضة أو  
مساسا بكرامته العلمية اذ ينال المراجع التقدير والإعتراف بالفضل من الناس  
لقاء هذا العمل . وفى هذه البلاد يوجد نظام للاجور أصبح فى حكم العرف  
المعمول به فى مكافأة هذين الزميلين الشريكين ، حيث يأخذ المراجع ما قيمته  
ثلث أجر الترجمة الذى يتقاضاه المترجم .

وحيث ان هناك مشكلات متنوعة ومتعددة تكاد تكون مقصورة على كل لغة  
على حدة للترجمة الى كل اللغات التى تعنى قراء هذا الكتاب فلا جدوى من  
محاولة أى مناقشة تفصيلية لها هنا .

على أن أعظم مشكلة عامة طبعا ، انما تنجم من الافتقار الى معاجم  
« قواميس » جيدة ذات لغتين بين اللغات الأصلية ولغات الترجمة .

وبسبب هذا الافتقار ، فان الناشرين الذين لهم خبرة طويلة فى أعمال الترجمة  
يستعملون عديدا من الأبدال المتاحة التى تحل محل هذه المعاجم « القواميس » .

ومن بين هذه الأبدال التى تحل محل المعاجم « القواميس » ذات اللغتين ،  
فان من أكثرها فائدة مجموعة الفهارس ومعاجم الشروح والمصطلحات  
الموجودة فى الكتب التى سبق نشرها عن نفس الموضوع .

صحيح انها كلها قد لا تكون متسمة بطابع الحجة العلمية الدقيقة ، ولكنها  
على الأقل خليقة بأن تدل المترجم على المصطلحات والألفاظ التى آثر من  
سبقوه استعمالها فى نفس المسألة .

وعلاوة على ذلك ، فثمة طائفة كثيرة من المعاجم والفهارس الجزئية ذات اللغتين اصدرتها معاهد ومؤسسات وهيئات علمية مثل مجمع اللغة العربية فى مصر وغيرها ، وديوان باهاسا دان بومستاكا فى كوالا لامبور ، ووزارات التربية والتعليم فى كثير من الدول .

وفى أى عمل من اعمال البحث العلمى ، خصوصا فى الميادين العلمية التى لم تستقر وثبتت ثبوتها كاهلا بعد ، وليس الاتفاق عليها علما بين أهل الذكر ، فمن المفيد للمترجم أن يترجم الفهرس قبل أى جزء آخر من الكتاب . ولهذه الطريقة قيمة خاصة عندما يعمل فريق من عدد من المترجمين فى ترجمة مؤلف كبير حيث تدعو الحاجة الى الاتفاق على المصطلحات من البداية .

والناشرون الذين يدلون بدلومهم على نحو موصول فى نشر كتب فى ميدان معين بالذات ، أحيانا يمدون بطاقة فهرست لكل فهرس الكتب التى نشروها فى ذلك الميدان .

وحيث لا تكون ثمة كلمة متفق عليها عموما بالاستعمال فى الترجمة فيجب اتخاذ قرار بين صياغة واصطناع كلمة جديدة — او كما هو الاجراء المتبع فى اغلب الاحيان فى معظم اللغات الغربية على الأقل فى العلوم — محاولة اتخاذ الصيغة الدولية للكلمة ، مع شىء من التعديل الطفيف أو الاختلاف فى التهجى .

وطبعاً ، من المسلم به أن أعظم مشكلة عسيرة فى كل أعمال الترجمة هى: هل يتمين أن تكون صحيحة ومطابقة حرفياً ؟ أم ينقل المعنى الكامل للمؤلف حتى ولو لم يكن أداء ذلك بالترجمة الحرفية كلمة كلمة ؟

ولا يمكن الاجابة عن هذا السؤال على نحو عام يتضمن عموم التطبيق وعموم المريان .

فكل مسألة فى هذا الصدد ينبغى أن يبت فى أمرها على حدة ، ليس فقط عقل المترجم وانما أيضا ضميره . أما الشىء الوحيد الذى لا يفتقر فهو أن يعتمد المترجم الى حذف الفقرات أو العبارات الصعبة دون أخذ رأى الناشر وموافقته على هذا الحذف .

وكتعليق آخر على مشكلات المترجمين ، ينبغي القول بأن معدل الأجر ، على أساس عدد الكلمات ينبغي أن يكون أعلى بالنسبة لكتب الأطفال عما هو عليه بالنسبة لأية كتب أخرى لأن عدد الكلمات قليل ولكن البراعة الفنية في الترجمة والجهد المبذول في جعلها ملائمة لمستوى مدارك الطفل في لغته ، أمور عسيرة تتطلب دقة وعناء .

### ٣ - الملاءمة أو التعديل

ان الضمير ، وكذلك الذكاء ، يلعبان دورا رئيسيا في القرارات التي تتخذ بشأن الملاءمة أو التعديل كما هي الحال في مسألة الترجمة الحرفية التي سبق ذكرها ، وخصوصا في كتاب يتصدى لقضية خلافة ، فمن الجلي انه من الاخلال بواجب الامانة العلمية اجراء اية ملاءمة أو تعديل أو تنقيح ، حتى ولو اقتصر الأمر على اختيار حذف بعض العبارات على نحو يغير الفكرة أو الرسالة التي يحاول المؤلف اعطاها للقارئ .

بيد أن الملاءمة الحسنة أو التعديل الحكيم ، من الممكن ان يكون من أفضل الطرق التي تجعل الكتاب — في ترجمته — بنفس القيمة والمغزى تماما مثلما هو في لغته الأصلية سواء بمواءمة .

وثمة درجات ونسب كثيرة للملاءمة ، تتفاوت من تغييرات طفيفة في الكلمات أو التحويل للمقاييس الى الرموز والأعداد المألوفة وماشابه ذلك، الى تغييرات كبيرة تتضمن حذف أو اضافة لفصول كاملة ، أو تبديلا لاحتلال نموذج غنى جديد كليا مكان الأصل ، أو في الحالات المتطرفة كتابة مؤلف جديد — في الواقع من الأمر — على أساس المؤلف الأصلي .

وشبيه بعملية المواءمة هو ان يعهد بكتابة مقدمة للكتاب يكتبها أحد الكتاب المحليين المشهورين أو أحد العلماء المختصين في موضوع الكتاب المترجم . وهذا يساعد القارئ وهو يستهل قراءة الكتاب على تبين الاهمية المحلية للعمل الوارد من الخارج ، الأمر الذي قد يبدو « اجنبيا » و « غريبا » لولا هذه المقدمة .

وفى كتب الحقائق والمعلومات ، فان المتن خليق بلن يكون اكثر اساغة وفهما  
اذا ضربت الامثلة من الثقافة المحلية بدلا من ذكر امثلة مستقاة من اشياء او  
ماديات من وراء البحار .

وانه لن المستحيل ، او على الاقل من الخطا عادة ، فعل ذلك فى اعمال  
التخصص حيث يكون المشهد الاجنبى او مسرح الاحداث جزءا متكاملما من سياق  
القصة ، وفى نفس الوقت قيمة من قيم « فتح النوافذ » الموسوعة للترجمة .

وانه لن المعبث والسخف على سبيل المثال ، اذا تناول الغربيون قصة  
« حاجى بابا » بالتعديل او الملامة واطلقوا على البطل اسم « بوب ايفاتز  
الليفربولى » ، وحذفوا كل الدلالات والاشارات الاصفهائية التى تعطى للكتاب  
سحره وطلاوته وحلاوته وميزته الخاصة .

وعلى سبيل الاقتراح فقط ، فاننا نقدم فيما يلى امثلة وانواعا وضروبا من  
التعديل او الملامة التى يجدر النظر فيها واعتبارها ، وهى مستقاة من  
قوائم الناشرين فى مختلف الدول ، الذين تعاونوا مع مؤسسة فرانكلين ابان  
الائنى عشر عاما الاخيرة .

١ — فى كتاب للناشئة عن النساء اللاتى اصبحن شهيرات ، حذفت الطبعة  
الاندونيسية فصلين من فصول الكتاب عن نساء الغرب ، وازاافت فصلين  
جديدين عن امرأتين اندونيسيتين مشهورتين هما : كارتينى وماريا اولفا  
سانتوزو .

٢ — فى الطبعة البنغالية من كتاب للأطفال عن الجو ، حلت امثلة عن جو  
جنوب آسيا محل الامثلة الخاصة بأمريكا الشمالية فى الكتاب الاصلى .

٣ — فى كل التراجم التى تتم تحت اشراف فرانكلين ، لموسوعة كولومبيا  
المبسرة . Columbia - Viking Desk Encyclopedia

استبعدت الهيئة القائمة بهذا العمل فى كل دولة آلاف المداخلات ذات الطابع  
الغريب البحث والتى راوا عدم اهميتها للقارىء المحلى ، وكتبوا آلافا من

المخلّات الجديدة عن الدين والتاريخ والفن والحيوانات والنباتات ذات  
الاهمية المحلية .

٤ - فى طبعة عربية لكتاب فيه استشهدات من آيات من الانجيل ، زود المحرر  
الكتاب بتفصيلات تنص على الآيات المناظرة من القرآن الكريم .

٥ - فى مئات من طبعات كتب المعلومات التى تبين للناشئة كيف يجرون  
التجارب ، او التى توضح التجارب الشارحة للحقائق العلمية ، رسمت اشكال  
جديدة لتبين الوجوه المحلية والأزياء المحلية والأشياء المحلية المألوفة بدلا من  
الأمثلة الأجنبية الواردة فى الكتب الأصلية .

٦ - فى الطبعة الاوردية ، المقبلة عن فن الرسم بالألوان للناشئة ، حذفت  
بعض الصور والرسوم الأصلية التى تعتبر مكروهة أو حراما فى بلد اسلامى ،  
وحلت محلها رسوم جديدة تعرض بعض أعمال الرسام الباكستنى العظيم  
تشوغاتى .

٧ - فى كل طبعات كتاب « هذا مذهبى » التى نشرت تحت اشراف مؤسسة  
فرائكلين ، ترجم من الكتاب الاصلى عدد من الفصول وقام بعض مشاهير  
الكتاب فى الدول التى نشرت فيها الطبقات المترجمة ، بكتابة عدد مماثل لها .

٨ - فى الطبعة البرتغالية لكتاب أمريكى بعنوان « مرشد الآباء فى قراءة  
الأطفال » قام المحرر البرازيلى بإحلال أمثلة لكتب بالبرتغالية محل اسماء  
الكتب الانجليزية المذكورة فى الكتب الاصلى .

#### ٤ - اقتصاليات نشر التراجم

من وجهة نظر الناشر ، فان اهم حقيقة أساسية اقتصادية عن نشر التراجم  
هى أن هناك حاجة غالبا لدفع مبلغ اضافى للاعداد القهريين .

وما لم يكن الناشر « قرصنا » أو كان ينشر أعمالا لم تدخل بعد ضمن  
اتفاقية حقوق النشر ، فيجب عليه أن يدفع شيئا كجمل للمالك الاصلى فى

البلد الأجنبي . وفضلا عن ذلك فلزاما عليه أن يدفع إما حق النشر ، وإما مبلغا متفقاً عليه للمترجم والمراجع في بلده .

ولهذا السبب الخاص بالنفقة المزدوجة ، فإن الناشرين عندما يبيعون حقوق الترجمة لناشر في بلد آخر ، ففهم عادة يدركون الاتصاف والعدل في اقتضاء أجر أقل مما يتقاضونه عادة عن كتب بلغتهم .

وثمة مشكلة إضافية خاصة عندما تكون مستويات الاقتصاديات في البلدين مختلفة تمام الاختلاف بعضها عن بعض ، ذلك أن مبلغا قد يبدو عادلا ومجزيا من وجهة نظر الناشر الأصلي ، قد يبدو أمرا مستحيلا عندما ينظر اليه بحسب الاقتصاد المحلي للناشر الذي يريد إصدار الترجمة . وفي هذه الحالات فإن الناشر الذي يبيع الحقوق ، إذا كان حكيما ومحكما وذو خبرة ، فإنه قمين بأن يكيف تفكيره ومعدلات أجوره للظروف والأحوال الجديدة .

وثمة مشكلة أخرى ، تتصل بهذه جزئيا ، تنجم في البلاد التي تفرض ضريبة عالية جدا على أموال حقوق الطبع والنشر التي تحول الى الناشر الأصلي ، لدرجة أن المبلغ الذي يدفعه الناشر المترجم قد يقتطع الى النصف تقريبا عندما يصل في النهاية الى بلد المالك الأصلي لحقوق الطبع والنشر .

وفي هذه الحالات أيضا ، فلا بد من اتباع قاعدة منطقية معقولة . ينبغي للناشر المترجم أن يكون مستعدا - إذا أراد الاستمرار في إصدار تراجم ، وإذا لم تكن ثمة فرصة لتغيير قوانين الضريبة في بلده - أن يدفع أكثر لقاء حقوق الترجمة وأزيد مما يحسب أنه يجوز دفعه في حالة انتفاء هذه الظروف .

وهناك حقيقة اقتصادية ينطوي عليها كل شيء عن التراجم ، وهي أن المؤلفين الأجانب ليسوا معروفين جيدا ، بصفة عامة ، وأن الناشر يجب عليه مرارا وتكرارا أن يولى عناية خاصة ، وربما يدفع كلفة خاصة ، في الدعاية والترويج لكي يوازن النقص الموجود في الاهتمام التلقائي .

ان اسم المترجم واسم المقدمة ، والرسوم الفنية الجديدة لتصميم الغلاف وزخرفته ، وجاذبية العنوان في اللغة الجديدة المترجم اليها — كل هذه العناصر خليقة بأن تكون مفيدة ومجدية في ترويج أى كتاب مترجم .

ان اشراف اونو لكتاب بورهي مترجم عن الأمريكية كان بلا ريب السبب في أنه أصبح أروج ككتاب طرا في بورما على نحو موصول .

### خاتمة

لأننا أولينا قسطا كبيرا من الاهتمام للمشكلات والصعوبات الخاصة بعمل الترجمة ، فينبغي لنا أن نؤكد حقيقة أن كثيرا من أنجح مشروعات النشر وأعظمها فلاحا في التاريخ كله — أنجحها بالقياس الى ربح الناشر ، وكذلك بالقياس الى تأثيرها وقيمتها الادبية — كانت تراجم .

ان « الكتالوج » الأمريكى العام « كتب الغلاف الورقى تحت الطبع » الذى يسرد قائمة بأسماء الكتب التى راجت جدا بحيث اعيد طبعا بأعداد كبيرة فى نسخ مغلقة بالورق ، يشمل مئات ومئات من التراجم . وفى فرنسا فى فترة خمس سنوات تنتهى بعام ١٩٦٤ ، فان عدد الكتب المترجمة التى نشرت كان ثمانية آلاف ، أى ١٢٥ فى المائة من مجموع كل الكتب التى نشرت فى فرنسا ابان كل تلك السنوات .

وليس ثمة ريب فى أن التراجم سوف تستمر فى أن تنشر فى كل البلاد ، سواء المتقدمة أو النامية ، وسوف تستمر فى الاسهام ، مثلما اسهمت طوال التاريخ ، ليس فقط فى نقل افكار كبار المفكرين فى كل الأمم ولكن ايضا فى اعطاء الناس الاحساس بالمشاركة فى حياة الآخرين فى العالم بأسره .

الجزء الرابع  
البناء من أجل المستقبل





## المكتبات ، ومعرفة القراءة والكتابة ، وتنمية القراءة

ان ناشري الكتب الذين يبتغون بناء مستقبلهم ، بالاضافة الى الاسهام في التقدم التربوى والاقتصادى لبلادهم ، خليقون بأن يفعلوا كل ما فى وسعهم لمساعدة تنمية وانشاء وتطور المكتبات ، والتخطيط الذكى والتنفيذ العملى لحملات محو الأمية ، والنهوض بمستوى تعليم القراءة ، فهذه هى افعل الطرق لزيادة عدد الذين يقرأون الكتب ، وزيادة عدد الكتب التى سوف يريد قراء الكتب شرائها .

وكل المواطنين الصالحين يريدون تقديم المعون فى تحقيق هذه الأمور . ولكن ناشر الكتب لديه حافز اقتصادى فوق ذلك .

فالمكتبات والتعلم وتنمية الوعى بالقراءة ونشر الكتاب ، كلها مسائل ترتبط بعضها ببعض ارتباطا وثيقا ، وأى تحسين أو نهوض بمستوى أى عنصر منها له تأثير مباشر مؤازر فى العناصر الأخرى .

والمكتبات لا يمكن أن توجد ، ما لم تكن هناك صناعة لنشر الكتاب تنتج الكتب وتغذى المكتبات بالكتب التى تحتاج اليها . ثم ان نشر الكتب للأنواع المختلفة التى تعتمد الى حد كبير على البيع للمكتبات ( مثلا كتب القراءة الإضافية للناسئة ) لا يمكن أن توجد بدون مكتبات .

ان حملات التعليم ، بائناجها قراء كتب للمستقبل انما « تصنع زياتين للناشرين » .

بيد أن الناشرين يجب أن يوجدوا النوع السديد من المادة القرائية للمتعمنين الجدد ، والا فان هؤلاء المتعلمين الجدد وحملات التعليم التى نقلتهم من الامة الى التعلم ، ومن الجهل الى المعرفة ، سوف تذهب ادراج الرياح ، ويمود المتعلمون سيرتهم الاولى ، الى الامة والجهل .

### متعة القراءة

ان متعة القراءة ، بمجرد أن يكتشفها قارئ جديد ، خليفة بأن تمكنه من المضى قدما فى تعليم نفسه وثقيف عقله حتى بدون وجود المعلمين الكافين او الاستمرار فى التعليم بالمدرسة ، بشرط أن تكون الكتب فى متناول يده وبشرط أن تكون ممتعة فى قراءتها لانها تشبع حاجاته وميوله واهتماماته . ان تشجيع تنمية القراءة التى من هذا النوع ، والمتنوعة من المستويات الأدنى الى الأعلى على نحو موصول ، أمر من الواضح أنه فى مصلحة ناشري الكتب .

ولكن اذا لم يقدم ناشرو الكتب نوع مادة القراءة التى ستروق للقراء الجدد ، فان أجهزة التعليم والمكتبات لا تستطيع اداء مهمتها .

ورب قائل يقول ان العبارات السابقة واضحة وضوح الصبح لذى عينين ومعرفة للجميع .

### وهذا صحيح

ولكننا نعيد قولها لما لها من اهمية جبارة غالبة بالقياس الى مصلحة الناشر الاقتصادية فى المدى الطويل .

والذين أسهموا فى تأليف وتصنيف هذا الكتاب من الجانب الغربى ينبغي لهم ان يعترفوا بخجلين أن الأمر اقتضى بضعة قرون لكى يكتشف الناشرون الغربيون هذه الأقوال الواضحة المألوفة .

فى الولايات المتحدة، وهذا مثال واحد، لم تنهم العلاقات فيما كلبلا الا فى السنوات الخمس والعشرين الأخيرة فقط حيث امسك الناشرون الأمريكيون بزمام المبادرة فى السعى لتسديم العمون فى التهوض بالمكتبات وتنمية الوعي بالقراءة .

وثمة علامات كثيرة تومئ الى أن الدول النامية تفضي مباشرة نحو تحقيق كثير من الاهداف في ميادين كثيرة دون اللف والدوران في الحرب الطويل الملتوى على غرار أوروبا وأمريكا .

ولعل ذلك سيكون هو الحال في هذا الأمر الخاص بعموم الناشرين ومساعدتهم للمكتبات وتنمية وعى القراءة . وليس ثمة ما هو أكثر عونا ودعما - للانتعاش الاقتصادى والقيمة التربوية - لنشر الكتاب فى آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية - من الجهد المصمم الهادف الذى يبذله الناشرون فى تلك النواحي لتعميق الرأى العام وحشد قواه من أجل :

١ - نظام مكتبات قومية شامل .

ب - متابعة فعالة لحملات محو الأمية والتعليم بتزويد مادة قرائية للمتعلمين الجدد .

ج - تحسين وسائل تعليم القراءة ( وشرح وبيان مقعة القراءة ) فى المدارس .

وسنحاول فى هذا الفصل أن نذكر بعضا من الأمور التى يخلق بالناشرين أن يضعوها نصب أعينهم بشأن :

١ - المكتبات .

٢ - حملات محو الأمية وتنمية وعى القراءة .

٣ - تعاون الناشرين مع المكتبات .

وهذه أمور فى غلبة التعقيد ، ولقد تناولها اهل المهنة من الخبراء المختصين بالمدرس العميق فى بلاد كثيرة .

وليس فى وسعنا فى هذا السياق أن نفعل أكثر من أن نقترح بعض الاعتبارات العامة من وجهة نظر المصلحة القومية ومصالح الناشرين كرجال أعمال .

## خير صديق للناس

ان المكتبات فى حد ذاتها زبائن للكتاب • وكلما زاد عدد المكتبات ، زاد عدد الزبائن • ثم ان المكتبات توجد شبيهة القراءة ، وهذا خلق بأن ينتج رهطا من الزبائن فى الفترة الآتية ، ومن ثم فان المكتبة هى خير صديق للناس ، واذا كان الناس حبيبا ، فخلق به أن يصبح هو بدوره خير صديق للمكتبة .

وكل دولة تحتاج الى مكتبة قومية ، مزودة بكل ما يلزمها من عتاد واجهزة وادوات وموظفين وكتب ومراجع لكى تكون بمثابة المستودع الرئيسى للكتب فى تلك الدولة . ولتكون ايضا ( وهذا امر متوقف على نظام المكتبات فى البلد ) مركزا للتوجيه والارشاد وامداد سائر المكتبات بخدمات الفهرسة والتزود وغيرها من الخدمات المركزية الخاصة بهذا الميدان فى البلد •

ان وظيفة ذلك النوع من المكتبات الكبرى المركزية امر مفهوم لا يحتاج الى مزيد من الشرح •

وانا لنؤثر فى هذا السياق ان نؤكد اهمية وحدات المكتبات الصغرى اللامركزية مثل مكتبات المجالس البلدية والمكتبات العامة فى المدن ( بخلاف العاصمة ) والمكتبات الفرعية فى الاقاليم والجيرة ، وقاعات المطالعة ، ومجموعات الكتب للعمال فى المنشآت الصناعية ، وكذلك - ولعلها اهم نوع من المكتبات من حيث اثرها الدائم على جمهور الناس - مكتبات المدارس ومكتبات القرى •

## المكتبات الاقليمية ( نسبة الى المينيريات او المحافظات )

ثمة مثال بارز لمكتبة المحافظة ، وهى المكتبة الموجودة فى اينوجو بينيجيريا الشرقية ، وهى لا تزود المواطنين بمكتبة علمية هائلة محسب ، وانما تؤدى خدمة كافية واسعة الانتشار مستخدمة سيارات بمثابة مكتبات متنقلة يمكن ان تسمى المكتبات السيارة ، وكذلك مكتبات مبنية فى أرجاء المنطقة •

وفي بلد أفريقي آخر ، هو غانا ، تؤدي المكتبة القومية في العاصمة أكرا ، خدمة مماثلة في توجيه خدمة مكتبية تصل الى الاطراف البعيدة من البلد .

ومن ضمن مكتبات المدن ، فان المكتبة القائمة في تبريز بأقليم أذربيجان في إيران ، تستحق تنويعها خاصا . وهذه المكتبة الطوعية التي تعمل مددا وأداء وفق نظام متطوع تعتبر خاصة ، بمعنى انها ليست حكومية ، ولكنها مفتوحة للجمهور يستعملها كيف يشاء ، وانه لاستعمال متميز بالثرة والوفرة والذوبوع حقا . وحتى في أثناء العواصف الثلجية فان صفوف « طوابير » الناس يمكن أن تری في الشارع واقفة في انتظار المقاعد الى أن تصبح خالية في قاعة المطالعة الكبرى . وثمة قسم لكتب الناشئة بالمكتبة يقص بطلاب المدارس الابتدائية في تبريز حيث يذهبون مع معلمهم في أثناء اليوم الدراسي وحيث يقوم أمين المكتبة المكلف بقسم الأطفال بشرح نبذة عن هذه المكتبة وما تحويه من مغريات يستطيع الطلاب الصغار أن يرجعوا اليها من تلقاء انفسهم في غير أوقات الدرس للمطالعة الحرة .

### مكتبات المدن

في المدن الكبيرة قد يكون الحجم كبيرا جدا بالنسبة لمكتبة واحدة تخدم كل الناس . ان المسألة لا تعدو أنه من العسير جدا على كل القصاد أن يأتوا الى مكان واحد .

ومن ثم فان الحل الواضح ، الرائج الاستعمال في الدول الغربية ، هو نظام من المكتبات الفرعية الصغيرة في اجزاء مختلفة - فمثلا ، في ذلك الجزء من مدينة نيويورك المسمى بروكلين ، الذي يبلغ سكانه زهاء ثلاثة ملايين نسمة ، فانه بالاضافة الى مكتبة مركزية كبرى ، توجد أكثر من خمسين مكتبة صغرى .

ويفضل حجمها ، فان مكتبات الاقاليم والمدن الكبرى لها ميزة مقدرتها على أداء خدمات خاصة مثل اعداد قوائم قراءة ، وتنظيم معارض الكتب ، وربما أيضا انشاء مكتبة مدرسة ، أو على الأقل اعطاء مقررات تدريبية لأمساء المكتبات .

ومن الجلى أيضا أن المكتبة الكبرى تستطيع أن يكون لديها أخصائيون ( مثلا أمين مكتبة مختص في كتب الاطفال ) ضمن موظفيها ، في حين أن المكتبات الصغرى تضطر الى المضي في خدماتها بأمين مكتبة واحد ، بل وربما بدون أى أمين مكتبة مدرب على الاطلاق .

وللمكتبات الكبرى مزايا كثيرة .

أما شدة اهتمامنا في هذا الفصل بالمكتبات الصغرى فينبغى الا يؤول على انه حجة ضد المكتبات الكبرى ، فلا جدال في أنها ضرورية — على سبيل الحتم . ولكن كل بلد من البلاد النامية تقريبا له مكتبة قومية او مكتبة عامة كبرى على نحو ما ، في حين أن انشاء او تنمية مكتبات المدارس لا تكاد تظفر الا باهتمام ضئيل نسبيا .

ولأن مكتبات المدارس والقرى يمكنها أن تتغلغل الى أبعد أجزاء البلد الى المناطق التى تبدو فيها المكتبة القومية بالعاصمة وكأنها في نفس بعد أبعد بلد اجنبى ، فإن انشاءها ونموها وتنميتها ، ينبغى أن تكون محور الاهتمام الرئيسى فى العقد القادم .

### مكتبات المدارس

تناولنا في الفصل الثاى عشر ، الحاجة الأساسية والموصولة لكتب القراءة الإضافية . واتضح لنا أنها ليست نوافل أو حواشى أو بدعا ، وإنما هى فروض من صميم جوهر التربية .

إن المكتبة المدرسية هى أسهل وأرخص سبيل طبيعى لجعل مثل هذه الكتب فى متناول الاطفال الذين ليس فى وسعهم شراؤها بأنفسهم ، أو على الأقل لم يتعلموا بعد عادة القراءة من أجل المتعة أو اللذة .

وفى أية مدرسة كبيرة ، فإن المكتبة قد تضم أيضا عددا من المراجع مثل المعجم « القاموس » ودائرة المعارف والاطلس . وقد تحتوى أيضا طائفة من الكتب لاستعمال المعلمين لا الطلاب .

وعلى أية حال، فإن الغرض الرئيسى من مكتبة المدرسة هو أن تزود القارئ  
الناسىء بعدد مختار من الكتب يستطيع أن يختار منه ما يشاء من الكتب التى  
يريد هو قراءتها •

وحتى مجموعة صغيرة من اثنى عشر كتابا أو أكثر أو أقل، خير من لاشىء.  
وإن كان من الواضح أن ضروبا متنوعة من الأنواع يمكن اشباعها اذا توافرت  
كتب كثيرة •

وعلى الأخص فى المراحل الأولية من انشاء نظام مكتبات مدرسية ، عندما  
تكون كل مجموعة على حدة من الكتب الصغيرة نسبيا بالضرورة ، فمن المجدى ،  
بل ومن الممكن أحيانا ، تدبير نظام لتبادل مجموعات الكتب بين المدارس كل  
بضعة أشهر • وتتخذ الدول المختلفة سبلا مختلفة لتمويل مكتبات المدارس •

وأحيانا يكون هناك نظام مركزى لشراء الكتب بوساطة وزارة التربية والتعليم  
التي تتولى بعد ذلك إرسال الكتب الى المدارس •

أو أحيانا ، تعطى الوزارة لكل ناظر أو مدير مدرسة مبلغا صغيرا يتفاوت  
حجمه طبقا لعدد التلاميذ بالمدرسة ، فيشتري به الكتب اللازمة •

ويوجد أيضا عدد من البلاد ، كاندونيسيا مثلا ، وعدد من دول أمريكا  
اللاتينية ، تقدم فيه بعض الطوائف الخاصة أو نوادى الآباء فى المجتمعات  
المحلية بالتبرع للأسهام فى شراء الكتب •

وثمة ضرب مختلف من فكرة المكتبة المدرسية ، وهى خطة مكتبات الفصول  
التي تتضمن تزويد قاعة الدرس بطائفة محدودة من كتب القراءة الإضافية  
توضع على أرفف مفتوحة فى متناول الطلاب •

ولهذه الخطة مزاياها طبعاً ، فى أنها تستهوى الطلاب الى التقليب فى  
الكتب • ولكن إدارتها أكثر صعوبة ، ثم إنها أكثر نفقة فى الثمن الاصلى وثمان  
الكتب المفقودة ، عما هى الحال فى وجود نظام مركزى تحت إشراف وضبط أحد  
المعلمين أو المعلمات بالمدرسة •



ويلوح لنا أن نظام مكتبات الفصل ، على الرغم مما له من قيمة وجدوى ، إلا أنه صعب وباهظ النفقات ، فيها عدا حالات خاصة لا يقاس عليها ، في المراحل الأولى لنظام مكتبات المدارس .  
وثمة مسألة جديرة بالذكر .

فالمدارس الكبرى فقط هي التي يتسنى لها التزود بأمين مكتبة يعمل طول الوقت ، ولكن كل مدرسة لديها مجموعة من الكتب تحتاج الى شخص ما مسئول ، ليس فقط لحراسة الكتب والعناية بها ، وإنما أيضا لمساعدة الناشئة وارشادهم وتوجيههم بشأن كيفية استعمالها والانتفاع بثمراتها .

والذى يحدث أن الناظر أو مدير المدرسة يكلف أحد المعلمين بهذه المسئولية - جزءا من الوقت - ومن الممكن التزود بشيء من التدريب فى هذا الصدد فى مقر صيفى لمدة قصيرة لا تتجاوز أسابيع قليلة يحضره جميع المعلمين العاملين بالمنطقة على اعتبار أن أعمال المكتبات جزء لا غنى عنه فى جدول أعمال أى معلم فى أية مرحلة من مراحل التعليم .

وعلاوة على ذلك ، فيمكن اعداد كتيب يوضح للمعلم كيفية تناول وتداول مجموعة الكتب والتصرف فى أمرها ، وكذلك - وهذا أهم بكثير فى الاعتبار التربوى - كيف يعد الناشئة ويهيئ أذهانهم لاستعمال الكتب ، وكيف أن القراءة الإضافية خليفة بأن توسع مدى تعليم الفصل وتكون لهظهرا .

وبهذه المناسبة ، فجدير بالذكر أنه لن يقدر لنظام مكتبة مدرسية أن يعمل ، اذا اعتبر المعلمون مسئولين مسئولية مالية عن ضياع الكتب - ففى ظل أية قاعدة من هذا النوع ، فمن الطبيعى أن المعلمين سيفعلون كل ما فى وسعهم لتحديد استعمال الكتب ، بل انهم قد يذهبون الى حد تخزين الكتب وحبسها بالثقل والمفتاح . ومن ثم فلا جدال فى أن فقدان بعض الكتب أو ضياعها يجب أن يقبل كجزء من نفقات أية مكتبة مدرسة .

على أن الإدارة الكافية الحازمة خليفة بتقليل المفقود الى الحد الأدنى ، وهذا طبعا هدف ضرورى لتلافى التشجيع العائد للمرقة .

ولكن يجب أن ندرك أن الكتب المسروق نفسه واجد طريقه فعلا إلى أن يقرأ . ليس هذا هو الغرض من أي كتاب !

وللأسباب السابق تفصيلها في الفصل الثلثى عشر ، فإن قراءة الناشئة تعتبر من وجوه كثيرة أهم نوع من القراءة طرا .

والمكتبات المدرسية تقدم أفعال وأرخص وسيلة لاغراء وتمويد الناشئة القراءة ، من أجل الكتب التي يختارونها ، ومن أجل تكوين عادة القراءة التي ستظل تلازمهم على الدوام طوال حياتهم .

### مكتبات القرى

في بعض المجتمعات المحلية يمكن أن تقوم مكتبة المدرسة بخدمة أخرى ، وهي أن تعمل بمثابة مكتبة عامة للمجتمع المحلي .

وهذا أمر سهل تسويغه بصفة خاصة عندما تكون التبرعات المحلية الطوعية قد مولت شراء الكتب . ففي مثل هذه الاحوال فإن مكتبة المدرسة قد تفتح لاعارة الكتب للقراء الخارجيين في احدى ساعات المساء أو في أيام العطلات .

على أنه من الملاحظ عادة ، أن الحاجة إلى الاستعمال الفعلي لمكتبة المدرسة تكون ملحة بحيث لا يكون من الممكن السماح بالاعارة الخارجية .

وعلى أية حال ، فثمة حاجة من أعظم الحاجات الحاحا في مكتبة القرية ، وهي تختلف عن حاجة المدرسة ، الا وهي مجموعة كتب مشوقة للكبار .

وأحيانا ينشئ مكتبات القرى نفر من الأغنياء أو الجماعات الخيرية التي ترغب في مساعدة مجتمعاتها المحلية والنهوض بمستواها الثقافي .

ولكن في كثير من الدول النامية يوجد فعلا نظام واسع الانتشار من المراكز القروية تحمل أسماء على غرار الإصلاح الريفى ، أو تنمية المجتمع أو الديمقراطية الأساسية ، وهلم جرا .

وعلى الأخص في أمريكا اللاتينية فثمة اسهام على يد نوادى الروتارى والغرف التجارية وجمعيات الاصلاح المدنى أو الوطنى .

ولا جدال فى أن المراكز المحلية لمثل هذه الحركات تزود القرى بقاعدة فى غاية الكمال لعمل مكتبة ، وكثيرا ماتمدها أيضا بهيئة من الموظفين لادارتها .

• وكما سنلاحظ فى السياق القادم ، فإن كثيرا من الدول لديها أيضا منظمات قومية لمحو الأمية لها مراكز فى أجزاء مختلفة من البلد ، وهذه أيضا يمكن استعمالها كقواعد أو ركائز للمكتبات الريفية .

وعندما نتحدث عن مكتبة القرية ، فإننا نشير طبعا الى مجموعة من الكتب ، وليس الى انشاء مبنى .

ويمكن حفظ المجموعة فى احدى المدارس ، أو فى أحد مراكز المجتمع المحلى على غرار تلك السابق ذكرها ، أو فى احدى قاعات المحافظة أو دست الحكم المحلى ، أو حتى فى بيت رئيس القرية أو نائبه .

وفى أية خطة ذات نظام مركزى ، فإن الكتب يمكن تسليمها فى صندوق خشبى بحيث انه يصبح عند فتحه رفا لمكتبة . وهناك بعض الدول التى حاولت تدبير تبادل الصناديق على فترات بين مراكز المجتمع المحلى فى منطقة معينة .

على أن أعظم عائق فى سبيل نظام للمكتبات القروية ليس عائقا ماليا كما يتبادر الى الأذهان ، وإنما هو الافتقار الى الكتب المناسبة .

فكثيرا جدا ما تكون الكتب الوحيدة البسيطة السائغة للقراء الجدد هى كتب الأطفال ، وهذه قد لا تناسب الكبار ولا تهتمهم فى قليل أو كثير . وهذه من أوضح الحالات التى يمكننا الاستشهاد بها لتوكيد الحاجة الى التعاون بين الناشرين وغيرهم من السلطات الحكومية أو غيرها المسؤولة عن المكتبات .

فالناس يريدون يحتاجون الى ضمان مقدما بأن ثمة سوقا لكتبهم اذا أصدروها . والناس الذين يفكرون فى انشاء المكتبات يحتلجون الى ضمان بأن الكتب

المناسبة الملائمة ستكون في متناولهم • ان تكاتف الفريقين ووضع يد هؤلاء في أيدي هؤلاء أمر محتم وواضح وضوح الصبح لذى عينين •

وعلى الرغم من أن الروايات والقصص الشعبية وغيرها من الكتب التي تروى الخيال ضرورية أيضا ، إلا أن الكتب ذات القيمة العملية لازمة في مكتبات القرى - الكتب التي تزود القراء بالمعلومات المفيدة عن الصحة والزراعة ورعاية الطفل وكتب الوسائل العملية لمختلف ضرورها •

ومن الطبيعي أن المرء يخطر على باله وزارة التربية والتعليم باعتبارها الوحدة الحكومية المعنية الى أقصى حد بالمكتبات • ولكن كثيرا ما يحدث أن المكتبات القروية تلقى اهتماما أكبر من وزارات الصحة والزراعة والتنمية الاقتصادية ، الخ •

ان الوزارات اليقظة للمببة لحاجات الجمهور والواضحة أناملها على نبضه مثل وزارة الاعلام أو الثقافة خليقة بأن تدرك النائدة العميقة ، من وجهة نظرها الخاصة ، لانتشار ونبوع مجموعات من الكتب في طول البلاد وعرضها ابتغاء بث روح الوحدة القومية •

### محو الأمية وتثمية وعى القراءة

هذا الموضوع العظيم له أهمية كافية تسوغ فصلا قائما بذاته ، أو كتابا بأكمله ، لا مراء • وفى الواقع من الأمر فان كثيرا من الكتب كتبت عن هذا الموضوع باسهاب •

ولكن هناك تفاصيل كثيرة يتعمن معالجتها طبقا للظروف والأحوال القائمة في كل بلد على حدة والتي تتفاوت في نظام التعليم في قاعات الدرس ، وحملات محو الأمية لدى الكبار ، بحيث أننا سوف نقصر على التصدى لنقطة واحدة فقط هي الأهم من البلى جميعا •

وهذه الحقيقة الرئيسية هي أن حملات محو الأمية باهظة التكاليف الى درجة التبيد المبذر ، بل أنها في الواقع ليس لها مسوغ أخلاقي ما لم تتوافر ملادة

قراءة للقارئ الجديد بعد أن تعلم القراءة . فهو يحتاج الى هذه المادة لكي يحافظ على فن القراءة حيا نابضا . وإذا توافرت له الكتب المناسبة ففي وسعه أن يمضي قدما الى مستويات أعلى .

أما إذا لم تتوافر له المادة القرائية المناسبة ، فإن قدرته الجديدة خليقة بأن تزول سريعا « وكأننا يا بدر لا رحنا ولا جينا » .

أن ملايين وملايين من الناس يتعلمون القراءة كل عام بوسائل متعددة مختلفة من حملات محو الأمية أو الثقافة الشعبية أو التوعية الجماهيرية في دول تنمية القراءة التي من هذا النوع ، والمتقدمة من المستويات الأدنى الى الأعلى التالية .

أن متابعة حملة مكافحة الأمية أمر محتم لا مناص . وعادة ما يكون التفكير في حملات محو الأمية مرتبطا بالكبار ، ولكن في كل الدول النامية فإن النسبة العالية من المتخلفين عن المدرسة الذين يخرجون منها لسبب ما ، أمر يجعل مشكلة القارئ الصغير الجديد أكثر أهمية .

أن كلفة المدارس والمعلمين باهظة النفقة بحيث أن تعليم القراءة لمن سوف يهجرون المدرسة وشيكا لا يمكن تسويقها اقتصاديا ، ما لم تهيأ فرصة ما تمكن هؤلاء الناس من الاحتفاظ بتلك المقدرة التي اكتسبوها بالثمن الغالي .

### مجالات القراء الجدد

وكخطورة وقتية ، قبل وجود مكتبات القرى ، أو قبل أن يكون القراء الجدد مستعدين تمام الاستعداد لاستعمال الكتب العادية ، فإن عددا من الدول حاولت إنشاء مجلات للقراء الجدد تحت رعاية وإشراف وزارة التربية والتعليم ، أو وزارة الاعلام ، أو وزارة الثقافة .

والفكرة العامة وراء هذه المطبوعات فكرة سليمة ، ولكن كثيرا ما يحدث أن المسؤولين عن تنفيذها يفتقرون الى الفهم الصحيح اما الى مستوى القراءة واما الى الاهتمامات الطبيعية الخاصة بالقراء الجدد .

ونتيجة لذلك فإن المجلة تقسم بطابع شديد الصعوبة بالنسبة للقارئ الجديد ، ولعلها غالبا ما تختار على أساس ميول الأطفال وحاجتهم بصفة كلية .

وثمة حالات أخرى أيضا كانت الفكرة الرئيسية فيها يبدو ، ليست تنمية وعى القراء وإنما الدعاية للحكومة التى تملك زمام الأمر وقت اصدار المجلة . ولا يمارى أحد فى أن تشجيع الوحدة القومية وشرح سياسات الحكومة عناصر سديدة تماما لكى تتضمن فى مجلة من مجلات القارئ الجديد . ولكن حتى هدف دعاية الحكومة لن يتحقق بحال من الأحوال اذا اتسمت المجلة بطابع يضى عليها صبغة الدعاية البحتة ، بدلا من أن تكون شيئا يريده القارئ الجديد قراءته لذاته كمادة شبيهة ومادة ذات نفع عملى فى حياته اليومية ، فتشده اليها طوعا لا كرها .

### تعاون الناشرين مع المكتبات

للاسباب الواضحة للمواطنة الصالحة المذكورة فى مستهل هذا الفصل ، علاوة على الحجة الخاصة لصلحة الناشر الاقتصادية فى المدى الطويل فى كون المكتبات تنتج مزيدا من زبائن المستقبل ، فإن الناشرين ينبغي أن يعطوا أكبر أولوية لمياسة منظمة من التعاون مع المكتبات .

وهذا التعاون يمكن أن يتخذ أشكالا كثيرة سوف نشير الى طائفة من أهمها فى الفصل التالى عند التصدى لسرد الأمور التى فى وسع الناشرين أن يفعلوها ومتعاونين متكاتفين . ولعل أهمها هو تنمية الشهور بالزمالة مع أهل المكتبات والاقرار بحقيقة أنه لا تنمية المكتبات ولا تنمية نشر الكتب يمكن أن تتقدم مدى بعيدا بدون التعاون الكامل بين الطرفين لأخذا وعطاء .

وبهذه المناسبة فإن الناشرين الحسيفين الذين يفلحون قريبا هذا الروح من الصالح المشترك يتسنى لهم الافادة على نحو خاص من « مدد الاعلام » الآتى من المكتبات بشأن اهتمامات وميول القراء .

ان أمناء المكتبات اليقظين يعتبرون فى وضع أفضل من أية طائفة أخرى ، حتى باعة الكتب ، يتيح لهم أن يزودوا الناشرين بأنواع الكتب التى يريد القراء قراءتها .

وتجب الإشارة مرة أخرى ، الى علاقة خطط التوزيع الكبير التى سبق شرحها فى الفصل الثالث عشر ، بنشر التعليم العام ونظام المكتبات الفعال فى شتى أنحاء البلد .

فهذه كلها أمور تشد أزر بعضها بعضا ، وبعضها لبعض ظهير .

ولعل من أكثر التناقضات اللطيفة فى عالم الكتب برمتها هو أن التداول المجانى للكتب بوساطة المكتبات أوتوماتيكيا يزيد من بيع الكتب بسبب القراء الجدد الذين تنميهم المكتبات .

وكما سبقت الإشارة من قبل ، فإن خطة التوزيع الكبير القائمة على تقديم الكتب الجديرة للبيع بأثمان رخيصة فى طول البلاد وعرضها ، هى فى حد ذاتها نظام تعليمى هام ومؤثر قوى نحو المزيد والأحسن من المدارس والمكتبات وحملات محو الأمية .

وسواء كان عن طريق المساعي المشتركة وفق الاتجاهات المقترحة فى الفصل التالى ، أم عن طريق العمل الفردى للناشرين حيث يسعى كل منهم على حدة ، فإن الناشر الحصيف خليك بأن يبذل قصارى جهده فى موازنة ارساء وتقوية وتدعيم كل المؤسسات والأجهزة التى تتيح المزيد من القراءة والتى تهدى المزيد من الناس الى اكتشاف المكافآت والعطايا الشخصية للقراءة .

## الفصل السابع عشر

# التعاون بين الناشريين

احيانا ما يفلح ناشر فردي ، بجهدته الذاتي وحده ، في استعمال فكرة التخييل وشجاعته ورأسماله لاحداث ثورة في النشر في بلده .

بيد انه من المعتاد في معظم الاحيان أن نرى التقدم التعاوني على يد طائفة من الناشرين ، فعلى الرغم من أنهم يتنافسون بعضهم مع بعض تجاريا ، الا أنهم يتكاتفون في جهود مشتركة لمصلحتهم أجمعين .

وهذا الفصل يزود القارئ بقائمة مراجعة لضروب التعاون بين الناشرين التي مورست في بلاد مختلفة .

والقائمة مقسمة الى ستة اجزاء ، وان كان من الواضح انها جميعا متداخلة ويرتبط بعضها ببعض غلى نحو وثيق .

١ - العلاقات الحكومية .

٢ - علاقات تجارة الكتاب .

٣ - الترويج المشترك .

٤ - الوسائل الميسرة لمستقبل صناعة الكتاب .

٥ - تنمية وعي القراءة والترويج للمدى الطويل .

٦ - اتحادات نشر الكتاب .

١ - العلاقات الحكومية

ان صناعة الكتب ليست سوى عنصر صغير في الاقتصاد الكلى لبلد ما .



ورجال التربية وأمناء المكتبات ، وكذلك ناشرو الكتاب ، يعرفون مدى أهمية صالح صناعة الكتاب للامة ، ولكن وزراء المالية وخبراء التخطيط الاقتصادى ينظرون الى المسألة بالقياس الى ضائقة مبلغ المال وصغر عدد الناس المستخدمين ، الخ ، بدلا من التفكير فى الوظيفة الاساسية للمكتب فى تطور الامة .

والناشرون الذين يلجأون الى الحكومة او الجمهور ابتغاء العون فى نشر الكتب عن نحو ما يبدو فى نظرهم تملأ مثل غيرهم من رجال الأعمال الذين يسمعون الى المنافع . بيد أنه اذا استطاع الناشرون أن يعرضوا جبهة متحدة ، وعلى الأخص اذا استطاعوا تجنيد عون وتأييد المربين وقادة الفكر ، فسوف يملكون فرصة الدفاع عن حجتهم بكل فعالية وتفوذ .

ولكن ، كما قلنا فى سياق المناقشة الاقتصادية فى الفصل الثالث ، فإن الناشر ليس له حق فى طلب عون الجمهور وتأييده ما لم يكن حقا ومغلا وصحفا يخدم مصلحة الجمهور ، ليس فقط من يوم لآخر ، ولكن ايضا فى البناء للمستقبل .

وفيما يلى بعض النواحي التى هى خليفة بأن تحسب أو تعين صناعة النشر ، والتى من الخير للناشرين أن يوحدها جهودهم المشتركة حيال الحكومة فى شأنها ، وأن يحاولوا كسب تأييد الراى العام لدعم موقفهم :

#### ١ - احكام الاستيراد

ان القوانين الخاصة بالنقد الأجنبى ، وتراخيص الاستيراد ، و «الروتين» الحكومى ، ستظل دائما ذات تأثير قوى على مصلحة الناشرين . والورق هو اهم بند فى هذا الصدد بسبب قيمة وحجم الوارد المطلوب ( الا اذا تسنى للبلد ان ينتج كل الورق المطلوب ) .

ولكن اتواع المواد والمعدات والأجهزة والأدوات الأخرى لها نفس الأهمية ، حتى اذا كان الطابع ، وليس الناشر ، هو الذى يتولى الاستيراد . الطابع ، وقطع النخيل ، والحبر ، والفراء ، والأقلام ، والمواد الكيومية ، الخ .

والاجر الذى يدفعه للناشر لقاء حقوق الترجمة يندرج فى نفس الفئة ، وان  
كلن « المستورد » فى هذه الحالة ليس شيئا مائيا .

ووارد الكتب التى يستوردها بائع الكتب هى أيضا جزء من الصورة الكاملة  
لصناعة الكتب ، التى يرغب الناشر فى تحسينها .

وكما لاحظنا مرارا وتكرارا ، فان مصالح صناعة الكتاب مصالح عامة  
مشتركة ، وينبغى للناشرين أن يعنوا الى أقصى درجة بمصلحة بائعى الكتب  
والطابعين .

فاذا أرادوا الظفر بعون وتأييد المربين وأمناء المكتبات وقادة الفكر فى حل  
مشكلات الناشرين ، فمن الأهمية بمكان أن يبرهن الناشر على اهتمامهم  
بمساعدة بائعى الكتب والطابعين والمدارس والجامعات والمكتبات ، وليس  
الاقتصار على صناعة النشر فحسب .

## ب - الخدمة البريدية

يهتم الناشر لا بأثمان فئات البريد على نقل الكتب فحسب ، ولكن أيضا  
بكفاية الخدمة البريدية عموما . وكما تبين لنا فى فصول سابقة فئمة أنواع من  
النشر تكاد تكون مستحيلة عملا ما لم يوجد نظام بريدى فعال يتسم بالكفاية .

## ج - الرقابة

من شأن كل بلد أن يقرر لنفسه هل يحتاج الى فرض رقابة ؟ ومن أى نوع ؟  
ولكن حتى فى حالة وجود الرقابة الصارمة ، فان فى وسع الناشرين  
أحيانا ، اذا تزرعوا بالصبر وسعة الحيلة والكياسة ، أن يقتنموا الحكومات  
بتطبيق القواعد والقوانين على نحو لا يعوق تجارة الكتب العالمة بقدر  
الامكان ، وذلك طبعا باستثناء الكتب المعينة بالذات ، المفروض تحريمها  
لسبب ما .

ولقد حدث في دول كثيرة أن ضم الناشرون جهودهم مع الطوائف الأخرى للمسمى في تعديل أو منع الرقابة .

#### د - حق النشر

إن الحكومات عادة لا تعتبر قوانين حق النشر أو الانضمام إلى اتحادات حقوق النشر الدولية ، ما لم يحدث ضغط هادف لهذه الحركة التقديمية من جانب الناشرين والمؤلفين والطابعين .

#### هـ - التنافس الحكومي

في ميدان الكتب الدراسية ، على وجه الخصوص ، فإن مشروعات النشر ذات الصيغة الحكومية خليقة بأن تحطم مشروعات النشر في القطاع الخاص إذا لم تتوافر الضمانات اللازمة . وقد يكون ذلك في بعض الأحيان أمرا عابدا مقصودا يتفق والمصلحة القومية .

ولكن ، كما حدث في كثير من الدول ، إذا كان البلد لا ينوي ولا يقصد محور النشر الخاص ، وإنما فقط يتولى نشر مطبوعات القطاع العام أو الحكومي كوسيلة للملاقة مشكلة عملية مباشرة . فاذن هناك مجال واسع في وسع ناشري الكتب أن يفعلوا فيه الكثير كطائفة .

وثمة أمور ثلاثة بالدرجة الأولى من الأهمية في هذا الصدد :

أ - البحث الدائم الدائب في الأسباب التي أدت إلى اخفاق صناعة الكتاب أو تقصيرها في خدمة مصلحة الجمهور ، مما زود الحكومات بفرائع وحوافز لتولى النشر بنفسها .

ب - دراسة موصولة - بمعمونة طائفة من خبراء التربية المقسطين - لمستوى جودة وفعالية الكتب التي تنشرها الحكومة - من الناحية التربوية بالقياس إلى الكتب التي تنتج في النظام التنافسي .

ج - دراسات اقتصادية تبين التكلفة الحقيقية للكتب المنتجة بالطريقتين ، على الصعيد القومي .

## ٢ - علاقات تجارة الكتب

بعد الخبرة الأولى في التعامل على نحو ما ، وغالبا في شكل تمثيل مشترك  
حيال الحكومة ، فإن الناشرين يفكرون في تكوين اتحاد ( انظر البند رقم ٦ في  
السياق اللاحق ) . فإذا ما اتخذت هذه الخطوة فإن الخدمة العملية المستمرة  
في علاقات تجارة الكتب تجذب أعضاء جددا وتحثهم على الرغبة في دفع  
اشتراكاتهم . ومن بين الوسائل التي تبدو أن هذه الخدمة العملية ، في حد  
ذاتها ، تسوغ عضوية الاتحاد ، نورد فيما يلي أهمها على الأرجح :

### ١ - الرصيد القائم لبائعي الكتب

من أكبر مشكلات الناشر جمع المال الذي يدين به بائعي الكتب .  
وحتى بصرف النظر عن فساد ذمة بعض بائعي الكتب ، من حين لآخر ،  
فإنهم جميعا ، وحتى أكثرهم شرفا وأمانة ، يجدون صعوبة في الوفاء  
بالقزاماتهم ودفع ديونهم .

ومن ثم فإن كل ناشر يريد أن يعرف كل شيء في وسعه عن حالة ذمة  
ورصيد أى بائع كتب يطلب فتح حساب لأول مرة . ثم أنه من أفيد ما يمكن  
متابعة التغييرات التي تحدث أو تطرا على ذلك الموقف بحيث يقدر الناشر لرجله  
قبل الخطو موضعها .

فإذا كان بائع الكتب من أصحاب المطال في الدفع فإن الناشر يريد أن يعرف  
إذا كان هذا المطال بسبب عمر أو ضيق مؤقت فحسب ، أو هو علامة على ورطة  
حقيقية تأخذ بخناقها .

فإذا كتبت الأولى فقد يقرر الناشر أن يرسل الى بائع الكتب لفت نظر  
مهنذب ، ولكنه في نفس الوقت يستمر في إرسال الكتب اليه على الحساب .  
أما إذا كان محل بيع الكتب في ورطة مالية حقيقية ، فإن الناشر قد يقرر أنه  
يجب عليه أن يفرض عليه طريقة « الدفع الفوري عند التسليم » وخلاه ثم .

ولكن لكي يقرر أى السياستين يتبع فإن الناشر يحتاج الى معلومات من مصادر أخرى ، فقد يتثبت من معلوماته - بطريقة غير رسمية - مع ناشر آخر او أكثر من خاصة أصدقائه ، ولكنه لن يستطيع تدبير الوقت اللازم للمسؤال والاستقصاء من كل المصادر .

والحل الواضح لهذه المشكلة هو مكتب ائتمان تعاونى .

ويعتبر مجلس الناشرين للكتاب الأمريكى **The American Book Publishers Council** مثالا بارزا لاتحاد ناشرين يؤدى وظيفة مكتب ائتمان تعاونى على نحو فعال . وهذه الخدمة تزود المعلومات (فى سرية فقط للأعضاء الناشرين ) عن مركز ائتمان بائعى الكتب . ويقم ذلك بتجميع التقارير الشهرية من الاعضاء ( بطريقة معينة بحيث لا يتسنى لاي امرئ أن يتعرف غرض أو غاية أى ناشر معين بالذات ) موضحة من من بائعى الكتب مقصرون فى الدفع للناشرين ، ومبلغ ما عليهم من ديون ، ومنذ متى يمانون من مشكلات مالية ، الخ .

وعندما بدأت الخدمة فقد كان الغرض الوحيد هو رفع علامة تحذير خاصة ببائعى الكتب الذين تخلفوا فى دفع ما عليهم من أموال ، ولكن العملية اتخذت طبعها أكثر شمولاً واحاطة بمرور الوقت .

إن الناشرين يدركون الآن انه مما يجافى مصلحة الناشرين التعصب فى افلاس أى بائع كتب وارغامه على الخروج من حظيرة العمل التجارى اذا تسنى انقاذه . ومن ثم يوجد الآن نوع من التحرر الحقيقى للوضع الاقتصادى الكابل لبئعى الكتب المنحرفين وليس فقط لحسابهم الجارى .

وثمة حالات تكاثفت فيها جهود الاهتمام البصير لمكتب الائتمان والموقف التعاونى للأعضاء الناشرين ، غالتوا طوق النجاة لاتقاذ بائع كتب من ورطة او أزمة او مشكلات مؤقتة احدثت به وكادت تفرقه فى طوفاتها لولا ذلك المدد .

وهنما يرى مكتب الائتمان أن احد أصحاب محال بيع الكتب فى حالة سليمة بصفة أساسية على الرغم مما يماثيه من مشكلات او أزمات طارئة ، فإنه يرسل

اليه مثلا من لدنه لباحثته ، وقد يقصد أيضا المصارف المحلية لشد أثره ومناقشتها في خير السبل المفضية لمساعدته في حالة اعساره المؤقت .

وأحيانا يتفق الناشرون على «تجميد» الدين القديم والسماح بحساب محدود قصير الاجل على الطلبات الجديدة مع اتخاذ التدابير لدفع الدين القديم المستحق ، على اقلسط ذات اجل مسمى ، ربما بمعرفة قرض من أحد المصارف لبتاع الكتب .

### ب - التخزين

ان التخزين المشترك للكتب ليس دائما مما يشار به ، ولكن في بعض البلاد ، وعلى الأخص في بعض مناطق بلاد معينة ، فان التخزين التعاوني المشترك للكتب كان تدبيرا نافعا ، لامراء .

### ج - تبادل الاعلام

من بين ضروب الاعلام التي يمكن تبادلها على نحو مفيد الى جانب الحقائق الخاصة بالمركز المالي لبائعي الكتب ، التي عرضنا لها في السياق السابق ، نذكر ما يلي : معدل الاجور التي تدفع للطابعين لقاء صناعة الكتاب ، المرتبات التي تدفع لهيئة الموظفين ، حجم المبيعات ، الخ .

على أن كثيرا من هذه البنود من الاعلام قد تعتبر من «أسرار التجارة» التي لا يريد الناشرون أن يشركوا فيها منافسيهم .

ومن ثم ، فقد جرت العادة على أن ترسل الاستخبارات التي يزودها الناشرون بالمعلومات الى محاسب ققونى يثق به الجميع ويتمهد بالمحافظة على سريتها .

وهو يجمع الحقائق من التقارير المنفصلة الواردة اليه ، ويرسل الى الاعضاء الموجز الموحد المستقى منها فقط .

## ٢ - الترويج المشترك

من ضمن هذه الفئة من الجهود التعاونية ، تندرج أعمال المعارض والإشراف عليها ، والجوائز ، « والكتالوجات » المشتركة ، وقوائم القراءة ، وفهارس المراجع الخاصة بتنوع معينة من الكتب ، ومجلات تجارة الكتب ، الخ ، وكذلك مشروعات الترويج للبدى الطويل المذكورة فى القسم الخامس فى السياق التالى .

## ٤ - التسهيلات الخاصة بمستقبل صناعة الكتاب

على الرغم من احتدام التنافس بين الناشرين ومنافسيهم من أهل المهنة ، فإن لهم مصلحة مشتركة فى مستقبل صناعة الكتاب تجمعهم على هدف مشترك مهما تباروا فيها بينهم . وفى وسعهم دائما أن يعملوا معا فى مضمار واحد فى الأمور التالية :

### ١ - رأس المال

إن مشكلة رأس المال من أصعب المشكلات التى تواجه الناشر ، كما رأينا فى الفصل الثالث . ومن ثم ، فإنه من مصلحة الناشرين أجمعين أن يتعاونوا على اقتناع المصارف و « اتحادات التمنية » بالحاجة الى تزويدهم بالقروض التجارية لتتمية صناعة الكتاب . وفى وسع الناشرين أيضا أن ينفعوا الطابعين الذين يعملون لهم ، والذين يكون لرأسمالهم — أو عدمه — تأثير فى مشكلة رأس مال الناشر نفسه .

### ب - بانمو الجملة والوسطاء

كما تجلى لنا فى الفصل الثامن ، فقد تتجم مواقف يكون فيها فقدان التنظيم لبيع الجملة حثلا دون وصول الكتاب الى المناطق النائية .

وعلى هذا فإن الناشرين فى مثل هذه الحالات قد يقررون ، عن طريق المسمى المشترك غير الرسمى على الأقل ، تشجيع إنشاء مثل هذا النظام للتوزيع .

## جـ - صناعات الخدمة ، لصناعة الكتاب

في الدول المتقدمة صناعيا يوجد عدد لا يستهان به من الأعمال التجارية المتخصصة التي تمد صانعي الكتب بخدمات بحيث أن كل طباع على حدة لا يضطر الى أن ينفق على عقود غالى الثمن ، وهيئة موظفين مدربين متخصصين ، خصيصا لاستعماله .

ومن ضمن هذه الصناعات المعروفة بصناعات الخدمة ، صانعو الغراء ، والصقالون ، والحبارون ، والسباكون ، والحفارون ، وخبراء فصل الألوان ، ومصنحو الغلاف ، وهلم جرا . وفي وسع الناشرين أن يساعدوا في تشجيع انشاء مثل هذه الصناعات - حيثما يكون لها مسوغ - بأن يتيحوا للطباعين أن يعرفوا حاجاتهم المقبلة ، وأن يساعدوا الطباعين في بحوثهم الخاصة في هذا الصدد .

ومن الطبيعي أن احصاءات الصناعة التي تجمع عن طريق تبادل المعلومات على النحو المقترح في ٢ ( ١ ) خليقة بأن تكون مفيدة في مثل هذا التخطيط ، لا مراء .

## د - التدريب الخاص بصناعة الكتاب

ان التعاون بين الناشرين (والذي يشمل أحيانا الطباعين وبائعي الكتب أيضا ) خليق بأن يعطى قاعدة طيبة بمثابة ركيزة للتدريب الخاص بصناعة الكتاب . وسوف نتناول بعض نواحي برامج التدريب ، بالشرح والتحليل ، في الفصل الحادي والعشرين .

## هـ - فنون الرسم والتصوير

لقد أدت الجهود التعاونية الهادفة لتحسين مستويات فنون الرسم والتصوير وتصميم الكتب ، الى نجاح ملحوظ في دول كثيرة . ومن بين الوسائل المستعملة في هذا الصدد تبرز المعارض ، ومباريات الجوائز ، والمعنونات المقدمة الى مدارس الفنون الجميلة والفنون التطبيقية .



## ٥ - تنمية القراءة والترويج البعيد المدى

في وسع الناشئين الناهضين أن يفعلوا بعض الأمور فرادى ابتغاء تنمية القراءة للبدى الطويل لى « يصنعوا زبائن » للمستقبل، ولكن معظم الأشياء الهامة تتطلب جهدا تعاونيا ليس فقط على يد الناشئين ، ولكن أيضا من أمناء المكتبات والمربين ، والمواطنين ذوي الروح الاصلاحية المهتمين بالمصلحة القومية .

وأول ما يتبادر الى الذهن فى هذا الصدد هو تحسين المدارس والنهوض بمستوى حملات محو الأمية وكل ما يتعلق بتعليم القراءة .

بيد أنه فى مجال المكتبة بالذات كان الناشرون اعظم الفئات تأثيرا فى تنظيم الرأى العام ودعاه لتقوية هذه المؤسسات والأنظمة وتزويدها بالأموال الإضافية للقيام بعملها .

وتزداد مشتريات المكتبات من المكتب نتيجة لذلك طبعاً ، ولكن التأثير للمدى الطويل فى قراءة الكتاب بصفة عامة هو اعظم النتائج بقاء وفاعلية .

وليس ثمة ريب فى أن الناشئين قد أخذوا بزمام المبادرة والقيادة فى عديد من الدول المختلفة فى تنظيم وتنفيذ « اسبوع قومى للمكتبة » حيث تؤدى الحفلات والخطب وبرامج الاذاعة وغيرها من أوجه النشاط الى تركيز اهتمام الجمهور ووعيه على الدور الذى تؤديه المكتبة فى الحياة القومية .

## ٦ - اتحادات الناشئين

إن التعاون التلقائى ( غير الرسمى ) بين الجماعات الطوعية الصغرى من الناشئين تجعل من الممكن تنفيذ بعض المشروعات المشتركة المذكورة آنفا . ولكن قيام اتحاد مقترح أمام كل الناشئين المؤهلين، فى الدولة خليق بأن يكسب اسهاما أوسع واشتراكا أوسع فى تكاليف هذه المنشط لمصلحة الجميع . ويمكن للاتحاد أن يبدأ بهيئة موظفين غير مقيدة طول الوقت ، وإنما بعدد من المتطوعين فحسب لتنفيذ عمل المنظمة .

على أنه ، ان عاجلا أو آجلا ، فان هيئة موظفين للعمل طول الوقت تصبح  
لازمة ، وهذا عندما يبدأ الاتحاد في أن يكون حقا مفيدا للناشرين وللمجتمع  
سواء بسواء .

ويتحمل أعضاء الاتحاد نفقات الاتحاد ، بطريقة ما ، أحيانا طبقا لسلم  
متدرج من الاشتراكات على أساس المبيعات الكلية من الكتب للعضو في العام  
السابق .

وكما هي الحال في تبادل الاعلام المذكور آنفا ، فان الحقائق الخاصة  
بالمبيعات تقدم بصفة سرية لحاسب قانوني ، بحيث تظل مبيعات كل عضو  
مشترك سرا لا يعرفه بقية الاعضاء الزملاء على اعتبار أن ذلك من الاسرار  
التقليدية التجارية التي لا ينبغي أن تكون في يد منافسيه .



الجزء الخامس  
موضوعات خاصة



## الفصل الثامن عشر

# حقوق النشر وعقوده

تختلف وسائل النشر وتكاليدہ من بلد الى آخر ، وهناك فروق كبيرة بين القوانين الخاصة بحقوق الملكية عامة ( سواء اكانت قوانين خاصة بحقوق الملكية الادبية أم لا ) . وتبلغ هذه الفروق حدا يجعل من المستحيل محاولة وضع ما يسمى « بالمعقد النموذجي » الذي يمكن ان يحتذى في كل البلدان .

كما ان هناك اختلافات طبيعية في الراى بين المؤلفين من ناحية ، والناسخين من ناحية أخرى حول ما ينبغي ان يتضمنه العقد ، حتى ولو كان هؤلاء المؤلفون والناسخون ينتمون الى بلد واحد .

ولهذا فان قصارى جهدنا في هذا الفصل هو ذكر بعض المسائل الجوهرية التي لابد ان يتعرض لها العقد بين المؤلف والناشر ، مع بيان الطرق المختلفة لمعالجة هذه المسائل .

## المبدأ الاساسي

نستطيع ان نبدا الحديث بان نتذكر ما سبق ان قلناه في الفصل الثاني من ان مؤلف الكتاب يمكن اعتباره بمثابة مخترع آلة ميكانيكية مثلا ، فالمؤلف هو صاحب الحق في نشر هذا الكتاب الذي « اخترعه » ، الا اذا كان قد استؤجر بواسطة شخص او هيئة لتأليف الكتاب ، وفي مثل هذه الحالة يصبح هذا الشخص او الهيئة هو صاحب الحق في النشر ، وفقا للمعقد المبرم بين الطرفين . ويقضى العرف في معظم بلدان العالم ، كما تقضى القوانين في الدول التي تعترف قانونا بحقوق الملكية ، على ان المؤلف هو الشخص الوحيد الذي يملك حق نشر الكتاب الذي افه .

وعقد النشر بين المؤلف والناشر هو اتفاق بين الطرفين يأذن المؤلف بمقتضاه للناشر فى استعمال حق النشر الذى يملكه بشروط معينة . وعادة يكون من بين الشروط الرئيسية فى هذا العقد ، تحديد المائد الذى يتقاضاه المؤلف ، او الاجر الذى يدفع له بطريقة ما ، وان كان العقد يتضمن بعض الشروط الهامة الأخرى .

ان أهم نقطة جوهرية فى عقود النشر هى النص على أن للناشر وحده حق نشر الكتاب . فعندما يمنح المؤلف الناشر بعض الحقوق فإنه يمنحها لهذا الناشر وحده ، الا اذا كان هناك استثناء معين منصوص عليه فى العقد ، وما لم ينص فى العقد على مثل هذا الاستثناء فإن المؤلف لا يستطيع ان يمنح هذه الحقوق لناشر آخر . فهذا النوع من الحماية ، ضرورى وجوهري للناشر الذى يخاطر بأمواله عند نشر الكتاب ، والذى قد يتعرض للخسارة المحققة ، اذا وجد ناشرا آخر قد طبع الكتاب نفسه ونشره على الناس .

وكما سيجىء عند ذكر « الحقوق الأخرى » فيها بعد ، فالمؤلف عادة لا يتنازل عن جميع أنواع حقوق النشر مرة واحدة فى وقت واحد ، فهو يستطيع مثلا ان يظل محتفظا بحقوق الترجمة حتى يمكنه ان يتعاقد فى المستقبل مع ناشر أجنبى لطبع الكتاب بلغة أخرى ، ولكن الحقوق المعينة التى يمنحها لناشر ما لا يمكن له ان يمنحها هى بعينها لناشر آخر فى نفس الوقت .

وسوف نخصص الجزء الباقى من هذا الفصل لذكر الشروط الرئيسية التى تتضمنها عادة عقود النشر ، والتى تتناول تفاصيل الاتفاق .

#### ١ - اقرار المؤلف

من أهم النقاط التى يتناولها عقد النشر اقرار المؤلف وضمنانه بأنه هو وحده مؤلف هذا الكتاب وصاحب الحق فيه ، وهنا يقر المؤلف بأنه هو الخول قانسونا فى التنازل عن حقوق النشر ، وأنه لم يتنازل عن هذه الحقوق لناشر آخر .

والمؤلف مطالب عادة بأن يقر بأنه لم يسرق شيئا ورد فى كتابه من مؤلف آخر ، وأكثر من ذلك فهو مطالب أيضا بأن يقر بأنه ليس لأى شخص آخر أى

حق قبله فيما يتعلق بهذا الكتاب ، وأن الكتاب لا يتضمن خروجاً على الآداب العامة ، ولا ينتهك حرمة الأسرار الخاصة ، أو الحقوق الأخرى المتعلقة بالآخرين .

وعادة تكون هذه الضمانات الإضافية عرضة لكثير من التأويل والتفسير ، ولا يمكن أن تتخذ قيمتها الفعلية إلا عند مناقشتها قانونياً في المحاكم .

وفى مجال التطبيق العملى ، وبمقتضى قوانين بعض الدول ، يشترك الناشر مع المؤلف فى تحمل المسؤولية بالنسبة لبعض جرائم النشر ، مهما يتضمن العقد من نصوص ، أما بالنسبة للخسائر المالية فإن المؤلف يطالب عادة بأن يتعمد بحماية الناشر وتعويضه عن أى خسارة مالية تلحق به ، إذا ما تبين أن فى إقراره أشياء منافية للحقيقة ، وكسب أحد الخصوم الدعوى المقامة على الناشر بشأن هذا الكتاب .

#### ب - التنازل من الحقوق

بعد أن يقر المؤلف بأنه هو وحده صاحب الحق فى نشر الكتاب ، يقر بعد ذلك بأنه يتنازل عن حق النشر للناشر المتعاقد معه « وفقاً للشروط الواردة فى هذا العقد » ويحدد العقد الحقوق التى تنازل عنها المؤلف للناشر والمناطق الجغرافية التى يسرى فيها هذا التنازل ( قد نتعرض لبعض القيود هنا بصفة عامة ثم نعاود شرحها بالتفصيل فى الفقرة السابعة ( ز ) بعنوان « الحقوق الأخرى » كما سيرد بعد ) . فمثلاً يتعمد مؤلف فى بيونس آيرس بالبرازيل بأن يتنازل للناشر الذى يتعامل معه عن « حق نشر الكتاب بجميع صور النشر باللغة الإسبانية فى جميع أنحاء العالم » وبدلاً من عبارة « بجميع صور النشر » التى يمكن أن تتضمن النشر على حلقات فى إحدى المجلات مثلاً ، يستطيع المؤلف أن يقول « فى صورة كتاب فقط » ، وبدلاً من عبارة « فى جميع أنحاء العالم » يستطيع أن يقول « فى دول أمريكا اللاتينية » ، وبذلك لا يتضمن التنازل حق النشر فى اميبانيا ، حيث يحتفظ المؤلف لنفسه بحق التعاقد على النشر فيها بمقد مستقل .



وعادة يتفق الطرفان على تحديد أيهما يكون له الحق في الحصول حقوق النشر الأخرى من الغير . بالنسبة للكتاب موضوع التعاقد . ولهذه النقطه أهمية فنية في بعض القضايا وبخاصة فيما يتعلق بتجديد حق النشر ، اذا كان التجديد منصوصا عليه بالذات في قانون حق الملكية المعمول به في هذا البلد .

### ج - حق نشر الكتب المقبلة

وبما أن الناشر عندما ينتج الكتاب يستثمر أمواله لصالح المؤلف ، لا لصالح الكتاب وحده ، وقد يكون سببا في نجاح المؤلف في المستقبل ، فلهذا ، يطلب الناشر عادة المؤلف الذي يتعامل معه بأن يمنحه حق نشر كتابه القادم . أي أن يتمهد المؤلف بأن يمنح الناشر أولوية الحصول على عقد نشر الكتاب القادم ، قبل عرضه على أي ناشر آخر .

وعادة لا يتضمن النص الخاص بهذه الأولوية تفاصيل شروط نشر الكتاب الجديد ، كما أن الناشر يتمهد في هذا النص بأنه سوف ينشره ، والفرصة إذن ساحة لكل من الطرفين لكي يتهرب من المسؤولية القانونية ( وأن لم يتهرب من المسؤولية الأدبية ) ولهذا فإن القيمة الحقيقية لهذا البند من عقود النشر هي أن الطرفين يعبران عند توقيع العقد عن نواياهما الطيبة واستعدادهما للتعاون معا .

وكذلك يطلب الناشر من المؤلف عادة أن يتمهد بعدم تأليف كتاب آخر ينافس كتابه المتعاقد عليه منافسة صريحة مباشرة ، وهذا الشرط هام بصفة خاصة في مجال الكتب الدراسية المقررة ، ويلجأ الناشر الى القضاء اذا وجد أن المؤلف قد عهد الى ناشر آخر بنشر الكتاب المنافس للكتاب المتعاقد عليه .

### د - الاتفاق على النشر

وبعد أن يوافق الناشر على أن المؤلف له بالنشر يتمهد بنشر الكتاب - اذا كان الأصل مرضيا من حيث الشكل والمضمون - في خلال مدة زمنية محددة ، أو في خلال فترة معقولة من تاريخ تسليمه المخطوط . وبهذه الصيغة لا يكون

الناشر ملزماً بنشر الكتاب إذا غير رأيه في المستقبل ، ولكنه إذا عدل عن النشر ، فهو ملزم بنسخ العقد وفقاً للبند الخاص بالنسخ ، ( كما سيجىء ذكره ) ، وفي بعض الأحوال يتضمن العقد شروطاً تنص على أن يكون الناشر ملزماً بدفع تعويض للمؤلف عن عدم نشر الكتاب .

ويتعهد الناشر عادة بأن يخرج الكتاب في « صورة ملأمة » ، وفي بعض الأحيان عندما يكون المؤلف في موقف قوى يمكنه من إملاء شروطه عند التعاقد يفرض على الناشر شروطاً أخرى ، كأن يتعهد الناشر باستشارة المؤلف في تصميم الكتاب ، أو تحديد سعر الغلاف ، أو تحديد ميزانية الإعلان عنه ، أو غير ذلك من التفاصيل التي تعتبر عادة من صميم اختصاص الناشر .

### ١٠-١١ دفع حقوق المؤلف

إن أكثر الطرق اتباعاً في كيفية حصول المؤلف على حقوق نشر كتابه هي أن يحصل على نسبة مئوية « ١٠ في المائة مثلاً » من سعر الغلاف عن كل نسخة مبيعة ، وقد ترتفع هذه النسبة بارتفاع عدد النسخ المباعة ، فإذا كان الأساس هو ١٠ في المائة من سعر الغلاف تصبح النسبة ١٢٫٥ في المائة بعد الخمسة الآلاف الأولى ، و ١٥ ٪ بعد العشرة الآلاف . . وهكذا .

وقد ينص على خفض النسبة المتفق عليها في بعض حالات البيع الخاصة أو في بعض الطباعات الخاصة للكتاب ، كالمبيعات الخارجية مثلاً ( البيع في دول أجنبية ) ومبيعات الطباعات الرخيصة الشمعية ، والمبيعات التي تتم بخصم تجاري كبير . وهناك حالة خاصة هي البيع بسعر الكلفة الحقيقية أو بأى سعر أقل منها ، وذلك يحدث أحياناً عندما يكون الكتاب فاشلاً ، ويضطر الناشر أن يبيع مرتجعته بأى سعر يمكنه الحصول عليه . وفي مثل هذه الحالة قد ينص العقد على ألا يتقاضى المؤلف لية نسبة عن مثل هذه المبيعات .

ويحدد العقد مواعيد الدفع . . وعادة يكون المائد الذي يحصل عليه المؤلف خلال المنتتين الأوليين من نشر الكتاب أكبر مما يحصل عليه بعد ذلك ، ولكي تكون لدى الناشر قسمة من الوقت يمد فيها حساباته ، يتم الدفع عادة بعد

شهور من انقضاء المدة المتفق عليها ، فإذا كان المؤلف سيتقاضى حقه بمقتضى العقد فى ٣١ ديسمبر من كل عام فإنه عادة لا يحصل على حقوقه قبل ٣١ مارس الذى يليه .

وهناك عوائد أخرى يمكن أن يحصل عليها المؤلف الى جانب مقابل حق النشر ، وهى ترد عادة فى بنود العقد الخاصة بما يسمى « الحقوق الأخرى » .

### و — الدفعات المقدمة

وقد يعرض الناشر على المؤلف أن يدفع له عند توقيع العقد دفعة مقدمة ( وأحيانا دفعة أخرى عند تسليم المخطوط كاملا ) وذلك كدليل على حسن النية ، ولحث المؤلف على توقيع العقد مع الناشر ، بدلا من البحث عن ناشر آخر .

وهذه الدفعات تخضع من مستحقات المؤلف بعد حساب ما يخصه من عائد ، ولا يدفع الناشر للمؤلف بعد ذلك شيئا الا اذا زاد العائد المستحق له عن المبالغ التى تسلمها مقدما .

ويستطيع الناشر من الناحية النظرية أن يستعيد المبالغ التى دفعها للمؤلف مقدما اذا لم يسلم المؤلف للناشر المخطوط كاملا ، ولكنه لا يستطيع استرداد هذه المبالغ من المؤلف اذا نشر الكتاب ولم تحقق مبيعاته ما يوازى المبلغ المدفوع مقدما ، ولذلك تكون هذه المبالغ التى تدفع مقدما للمؤلفين عبئا يزيد تكاليف الانتاج على الناشرين الذين يتهاونون فى الدفع دون حساب لاحتمالات البيع .

### ز — الحقوق الأخرى

ان المصنف الذى صنفه المؤلف يمكن أن يخرج للناس فى صور كثيرة أخرى بجانب صورته الأولى ككتاب ، وتتناول بنود العقد الخاصة « بالحقوق الأخرى » او بالحقوق الإضافية كما تسمى أحيانا ، بيان ما يحتفظ به المؤلف

لنفسه من هذه الحقوق ، وما يتنازل عنه منها للنشر أو ما يستفله منها لحساب المؤلف ، كما توضح كيفية توزيع الدخل الناتج من هذه الحقوق ، بين المؤلف والنشر .

ومن التقاليد المرمية في صناعة النشر في كثير من بلدان العالم ، أن يكون من حق الناشر الأصلي الحصول على نصيب كبير من حقوق النشر الأخرى إذا تمت بطريقة الطبع . ( كطبعة جديدة من كتاب ، أو حصول في مجلة أو صحيفة يومية الخ ) . لأن النشر بإحدى هذه الطرق يؤثر تأثيرا مباشرا في الطبعة الأولى الأصلية من هذا الكتاب . ولكن الدخل الناتج من حقوق النشر بطرق غير مطبوعة «كالمرح والسينما والإذاعة والتلفزيون» أقل صلة وتأثيرا في صناعة نشر الكتاب ، ولهذا فإن الناشر الأصلي لا يحق له الحصول على شيء من هذه الحقوق ، وإذا حصل ، فعلى نسبة ضئيلة منها .

أما إذا كان الناشر يقوم بدور معين ويبدل جهدا في سبيل الحصول على مثل هذه الحقوق « الدرامية » فإنه يستحق في مثل هذه الحالة أن يحصل على ٥ أو ١٠ أو ١٥ في المائة منها نظير جهوده في تحصيلها .

**وأهم أنواع الحقوق التي يحصل عليها المؤلف من النشر المطبوع هي :**

إعادة الطبع في صورة كتاب ( وتضمن حقوق الاستغلال في نوادي الكتب )  
الترجمة .

النشر على حلقت في الصحف أو المجلات .

نشر مختارات أو مقتطفات من الكتاب الأصلي في كتب أخرى .

وفي الأعوام الأخيرة ، أصبحت الأرباح الناتجة من إعادة طبع الكتب ، في بعض بلدان العالم ، أهم بكثير من باقى الحقوق الأخرى مجتمعة ، بما فيها العائد الذى يحصل عليه المؤلف عن الطبعة الأولى الأصلية. وذلك راجع الى تطور نوادي الكتب واتساعها ، وإلى نشر الطباعات الشعبية التى يبلغ عدد الطبعة الأولى عدة مئات من آلاف النسخ ، في حين لا تتجاوز الطبعة الأولى

الاملية الاثما قليلة من النسخ . وفي خلال المراحل الاولى من صناعة النشر في البلدان غير المتقدمة ، تكون البنود الخاصة بحقوق اعادة الطبع في اى عقد للنشر بين المؤلف والناشر ، مسألة لا تستحق الوقوف عندها طويلا ، لان الارباح التى قد يحصل عليها الطرفان من اعادة الطبع تكون ضئيلة لا تستحق العناء والمساومة بينهما . ولكن كلما تطورت صناعة النشر وازدهر التوزيع بالجملة ، زادت هذه الحقوق اهمية ، واصبحت موضع مساومة مضمينة بين الطرفين .

### د - النسخ المجانية ومشتريات المؤلف من الناشر

وتنص عقود النشر عادة على تحديد عدد النسخ المجانية التى يحق للمؤلف الحصول عليها ( وربما تكون عشر نسخ في بعض الاحوال ) كما تنص على نسبة الخصم التى يحصل عليها المؤلف اذا اراد شراء مزيد من النسخ من كتابه ، وهنا قد ينص العقد على ان هذه النسخ الإضافية ليست مخصصة لاعادة البيع بواسطة المؤلف ، وذلك لمنعه من منافسة بائعى الكتب واصحاب المكتبات ، مستغلا نسبة الخصم الكبيرة التى يحصل عليها .

### ط - المخطوط ومراجعة تجارب الطبع

وينص العقد عادة على انه يجب على المؤلف ان «يقدم مخطوط الكتاب، كاملا معدا للطبع » ولكن الواقع ، كما فكرنا في الفصل الخامس ، انه لا يصدق هذا النص تصديقا حرفيا الا الناشر قليل التجربة ، ومع ذلك فالنص مفيد ، لحماية الناشر من المؤلف الذى قد يكون عديم الاكتراث بالنسبة لصورة المخطوط الذى يقدمه له .

وكذلك يحتم العقد على المؤلف ان يراجع ويصحح تجارب الطبع في خلال مدة معينة من الزمن ، كما يحتم عليه احيانا ان يدفع اجر جمع وتصحيح التعديلات التى يدخلها على الكتاب بعد جمعه اول مرة ، اذا زاد حجمها عن الحد المعين المتفق عليه بين الطرفين ، كما سبق شرحه في الفصل الخامس .

وكذلك يتناول العقد عادة ، ما اذا كان المؤلف او الناشر هو المسئول عن اعداد فهرس الكتاب ، او اى مادة اخرى يمكن اضافتها الى الكتاب الاصلى ، ولا تكون من تأليف او ابداع المؤلف نفسه .

### ى - التحكيم

وأحيانا يتضمن العقد مادة خاصة بطريقة التحكيم بين الطرفين اذا نشب بينهما خلاف حول تفسير مواد العقد ، او اذا اخل أحد الطرفين بنصوصه ، وذلك لتوفير المبالغ التى تنفق عادة فى التقاضى أمام المحاكم ، ولتوفير الوقت واتخاذ قرار سريع فى الخلاف بينها . واذا اتفق الطرفان على اللجوء الى التحكيم ، بدلا من التقاضى ، فان كلا منهما يختار محكما يمثل وجهة نظره ، ثم يختار المحكمان ثالثا محايدا . واى قرار تتخذه اغلبيه هيئة التحكيم يكون ملزما لكل من المؤلف والناشر . ( وفى بعض البلدان ، يتجنب الناشر اللجوء الى التحكيم ولا ينصون عليه فى العقد ، لأنهم يعتقدون أن التحكيم يضر بمصالحهم أكثر من التقاضى ، لأن المحكمين — فى نظرهم — يكونون أميل من القضاة ورجال القاتون الى الحكم بالتعويض فى الخصائر التى قد تلحق بالمؤلفين ) .

### ك - انتهاء العقد

ويمرر عقد النشر فى معظم بلدان العالم ، حتى وقت انتهاء حق الطبع ( او التجديد ) فى كل كتاب على حدة . ولكن العقد عادة يتضمن نصا يخول للمؤلف استعادة حقوق الطبع والغاء العقد ، اذا تقاعس الناشر عن نشر الكتاب لاي سبب من الاسباب ، واذا نفدت الطبعة ولم يقم باعادة الطبع خلال مدة زمنية معقولة ، وبعد أن يتلقى انذارا مكتوبا من المؤلف يستحثه على اعادة الطبع والنشر .



## بعض الملاحظات على محاسبة نشر الكتاب

نشر الكتاب يشبه غيره من الأعمال التجارية الأخرى من وجهات نظر كثيرة ، ولذلك فإن نظام المحاسبة الذي يتبع بشأنه بصفة عامة في أى دولة سواء كان هذا النظام مستحدثا أو بالطرق المعروفة (الفرنسية أو الانجليزية) أو غيرها من الطرق ، يمكن تطبيقها جميعا في نشاط نشر الكتاب بدون أن تلقى خلافا كبيرا في التطبيق .

ولكن طبيعة نشاط نشر الكتاب يختلف بعض الشيء عن أنواع النشاط الأخرى .

وفي هذا الفصل المختصر نحاول أن نبرز في كلمات قليلة بعض خصائص محاسبة نشر الكتاب .

وقد لا تكون هذه الخصائص مقصورة على النشر ، فقد نتناول وجوه نشاط أخرى . ولكننا نهدف الى أن يستفيد منها الناشر المتخصص والذي يمكنه ان يربط بينها وبين غيرها من الاعمال وفقا لخبراته السابقة .

ولا يقصد بذلك فرض طريقة معينة ، ولكنها مجرد ملاحظات لما يتعلق بالنشر ، لأن ناشر الكتاب لا يشترط ان يكون محاسبا .

ومن الطبيعي فإن الناشر يختار من المحاسبين ومراجعي الحسابات القانونيين من يرشدونه ويخططون حساباته وفقا للأنظمة المعمول بها في الدولة .



وتنشأ بعض المشاكل فى محاسبة النشر نتيجة لثلاثة عوامل :

أ - العدد الضخم لأن المنتجات المتعددة من الكتب التى يتم تداولها مع تعدد واختلاف كميات المبيعات التى تكون أحيانا نسخة واحدة فقط .

ب - المدى الطويل الذى يحتاج اليه اعداد المنتج حتى يصبح صالحا للنشر وارتباط ذلك بتضخم التكاليف .

ج - العمر التجارى للمنتج من حيث التفاوت الكبير فى سرعة تصريفه او ركوده واثار ذلك فى تغير سعر بيع المنتج خلال فترة عمره التجارى . وسنتناول آثار تلك العوامل فى المحاسبات تحت العناوين الآتية :

١ - حاجة طريقة محاسبة النشر الى فتح حساب خاص لكل كتاب .

٢ - فائدة طريقة عمل تقييم للمخزون .

٣ - من آثار الاعتبارين السابقين فان طريقة المحاسبة على اساس ادراج المستحقات والمدفوعات المقدمة ، افضل من طريقة المحاسبة على اساس المحاسبة النقدية فى محاسبة النشر .

١ - - حاجة طريقة محاسبة النشر الى فتح حساب خاص لكل كتاب

تاجر الرز أو التمح يتعامل فى منتج واحد فقط ، سواء كانت الكمية طنا واحدا أو ملايين الأطنان .

ومنتج السيارات قد يتلجر فى منتج واحد ، وان تعددت انواع الموديلات او اكثر من منتج ويبيكه التوصل لكلفة كل منها واحتياجات السوق لكل منها ونوع هذه السوق .

وصالح الخردوات انتاجه معقد لتعدد الاصناف التى يتداولها .

ولكن لا يوجد فى العالم منتجون يتداولون منتجات اكثر تعددا من ناشري الكتب ..

فان نشر الكتاب — الذى قضى اى عمر فى هذا المجال — لابد ان يكون لديه مئات ، بل آلاف من المنتجات المتعددة المختلفة المتباينة .

فكل كتاب جديد منتج جديد ، بكل مشكله الاقتصادية :

— وتختلف هذه المشاكل فى طبيعتها عن اى مشاكل اخرى لاي تجارة او صناعة غيرها .

فبعض مصروفات الناشر ( مثل المصروفات الادارية ، والنور ، والايجار ، والكهرباء ، والتليفون ، ومصروفات الشحن .. الخ ) تخص جميع المنتجات .

ويطلب الامر ان يتوافر فى النظام المحاسبى توزيع وتقسيم هذه التكاليف على المنتجات لتحديد نصيب كل منتج منها .

ولكن يراعى ايضا أن لكل منتج مصروفات خاصة تتعلق مباشرة بالكتاب نفسه ، ويجب توجيهها وتحليلها لحساب هذا الكتاب .

وهذه التكاليف المباشرة تتضمن الدفعات الى المؤلف ، وتاجر الورق والطابع والمواد الخام ومصروفات التشغيل المباشرة والمصروفات المباشرة الأخرى كالأعلان .

ومن الطبيعى أن تجتمع تلك التكاليف فى حسابات اجمالية فقط لا يعطى الناشر فكرة صحيحة عن أرباحه وخسائره فى كل كتاب على حدة .

ولذلك فان النظام المحاسبى فى دار النشر لا يقتصر فقط على اظهار الحسابات الاجالية للنشاط ، ولكن يجب أن تظهر أيضا الحسابات التفصيلية لكل كتاب على حدة ، وذلك حتى يمكن تتبع نتائج الإيرادات والمصروفات فى كل كتاب مستقل .

وبذلك يمكن اعطاء بيانات واضحة الى أقسام المبيعات أو أقسام التحرير عن الكتاب .

ولتطبيق النظام تحرر بطاقات « كروت » خاصة لكل كتاب ، أو تفتح صفحات في الأستاذ المساعد ، توضع فيها التكاليف المنصرفة والإيرادات المحصلة كل كتاب على حدة .

وهناك طريقة مبسطة يمكن البدء بها على الأقل . وهي تتضمن اظهار المصروفات الآتية في كلفة الكتب .

حقوق المؤلف - تكاليف الانتاج - الاعلان مع تخصيص « امساك » سجل دقيق لعدد النسخ المباعة من الكتاب .

ومن دراسات الناشر لحساباته الاجمالية يمكنه ان يعرف متوسط الخصم الذى منحه للمشتريين من كل نوع من أنواع الكتب .

ومن ذلك يمكنه ان يصل الى رقم تقريبي لبيعته من كل نوع من الكتب اذا قام بحساب عدد النسخ المباعة من كل كتاب وسعر البيع القطاعى لكل كتاب على حدة .

وكذلك يمكنه ان يتوصل الى مقدار التكاليف الاضافية التى يمكن اضافتها على كل كتاب على حدة ، ويمكنه ان يلجأ الى الطريقة السابق شرحها فى الفصل الثالث ، التى تستند الى نتائج السنوات السابقة .

وللتطبيق العملى للارشاد حول طريقة التقدير الجزافى لأرباح وخسائر كل كتاب فى أى وقت فانه يمكن الربط بين ( التكاليف المبشرة مع المصروفات الاضافية التقديرية ) ثم مقارنتها بـ ( التكاليف الاجمالية مع ايراد المبيعات التقديرى ) .

فعملى سبيل المثال : اذا افترضنا ان ٥٠٠ نسخة من الكتاب الذى يمثلنا به فى الفصل الثالث ( انظر الجداول من رقم ٦ - ٤ ) فان النتائج تظهر :

## الايراد

تبية بيع ٩٠٠ نسخة سعر النسخ القطاعى  
٨٠٠ مليم بعد استبعاد متوسط خصم ٣٠٪  
٢٧٤٤ر٠٠٠ مليم جنيه مليم جنيه

## المصروفات

حقوق المؤلف ( ١٠٪ من ٨٠٠ مليم فى ٩٠٠ نسخة )  
٣٩٢ر٠٠٠ =  
تكاليف الانتاج ١١٣٧ر٠٠٠ =  
اعلان ٢٠٠ر٠٠٠ =  
مصروفات اضافية تقديرية بنسبة ٢٥ ٪ ٦٨٦ر٠٠٠ =  
من ايراد المبيعات  
٢٤١٥ر٠٠٠  
الربح التقديرى = ٣٢٩ر٠٠٠

ومن الجدير ملاحظته أن طريقة احتساب ارباح الكتاب هى تقريبية ، ومن الطبيعى أن الناشر سيحتاج الى وسيلة لادراج ايراده الفعلى من كل كتاب ، وذلك بتعليقه فى الحساب الخاص بالكتاب نفسه .

وعلى أى حال فان اقتراح طريقة التقدير يتناسب فقط مع طريقة الحساب الخاص لكل كتاب والرغبة فى التوصل لنتيجة تقريبية .

ولكن دار النشر التى تمسك حسابات دقيقة للتكاليف والايادات تفصيلية فان ذلك يظهر بوضوح فى حساباتها .

## ٢ — فائدة طريقة عمل تقسيم للمخزون

نظرا لضخامة تكاليف اعداد الكتاب والوقت اللازم لهذا الاعداد قد يطول ، ونظرا لأن الكتب المنتجة فى السنة قد تباع على مدى سنوات قادمة ، لذلك فان طريقة عمل جرد ضرورية وذات فائدة كبيرة فى النظام المحاسبى فى نشر الكتاب .

فاذا كانت هناك ١٠٠٠٠ نسخة من كتاب تم انتاجها بتكاليف اجمالية بلغت ١٩٨٣ جنيه ، اى ان كلفة النسخة الواحدة ١٩٨٣ مليما، واذا سحبت نسخة لبيعها أو لتوزيعها فلان مبلغ ١٩٨٣ مليما تضاف الى جانب الدائن من حساب المخزون ، وتضاف القيمة ايضا الى جانب المدين من الحساب الخاص بها وغيره من الاصول .

وبمعنى آخر يمثل حساب المخزون من الكتب قيمة الكتب المتبقية والتي تظهر كرصيد فى اصول الميزانية ضمن الاصول المملوكة للنشر كحساب البنك وغيره من الاصول .

واذا رأى الناشر بعد فترة من الوقت ان لديه من النسخ الزائدة مما يتعذر بيعه ، فانه قد يقرر تخفيض قيمة المخزون من الكتب ، او يعمل على اعدام هذه القيمة تماما من دفاتره .

وفى تلك الحالة فان هذه الكتب تظهر بدون قيمة فى دفاتره ، وتضاف قيمة اعدام هذه الكتب الى تكاليف النشر فى نفس السنة التى تم فيها اجراء التسوية .

والناشرون الذين يتبعون طريقة تقييم المخزون يمالجون مركز كل كتاب سنويا باعادة تقدير القيمة الواجب تخفيضها فى ضوء الظروف لاعدام ما يلزم منها .

ويضع الناشر فى اعتباره الكتب التى لم يتم بيعها عند مناقشة ارباح وخسائر كل كتاب على حدة .

فعلى سبيل المثال اذا وجد فى وقت من الاوقات عند حساب الكمية الحدية من المبيعات التى تغطى تكلفه هى ٧٠٠٠ نسخة من كتب عدد طبعاته ١٠٠٠٠ نسخة ، وكان هناك اقبال من الجمهور على شراء الكتاب ، فانه يقدر الجزء الباقى من السكتاب وهو ٣٠٠٠ نسخة يعتبر فى الواقع ربحا متوقعا صافيا بعد تغطية النسخ الحدية بمقابل التكاليف .

وبالرجوع الى الصفحات المتعلقة بالتكاليف والايادات فى الفصل الثالث فإنه يمكن ملاحظة أن بعض البلاد تمالج بطريقة خاصة تقييم المخزون ، وذلك باظهار التكاليف التى لا تتأثر بالكميات مقارنة مع تكاليف الطباعة والورق والتجديد والتى تتأثر بالكميات ، وسواء استخدمت تلك الطريقة أو غيرها فإن النتيجة لا تغير من مبدأ استخدام قاعدة تقييم المخزون والتى ناقشنا فى هذا الفصل .

### ٢ - فوائد استخدام طريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق

من الطبيعى أن يدرك المحاسبون أن طريقة تقييم المخزون تصدق استخدام طريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق أفضل من طريقة المحاسبة النقدية .

وطريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق تأخذ فى الاعتبار ادراج الأصول والخصوم ، على حين تقتصر طريقة المحاسبة النقدية على ادراج ما ورد فعلا من أموال وما صرف منها ( بدون ادراج أى حسابات تتعلق بالالتزامات أو المستحقات لدى الغير تمت بغير الطريق النقدى ) .

فبطريقة المحاسبة النقدية ، قد تظهر جملة مدفوعات الناشر مثلا ٥٠٠٠٠ جنيه وايراداته جملة ٢٠٠٠٠ جنيه ، وهذا يظهر خسائر تبلغ ٣٠٠٠٠ جنيه فى السنة .

ولكن ربما كان جزء كبير من هذه الأموال قد صرف لانتاج كتب جديدة ثم بيع جزء منها ، أو ما زالت لم يتم نشرها .

ولذلك فإن طريقة المحاسبة بالاستحقاق تصحح هذه الصورة ، وذلك لأن الناشر فى الطريقة النقدية لا يعتبر ما قيد من مصروفات الطباعة الجزء الذى حمل على تكاليف الطباعة للكتب المبعة فقط دون الباقي فى المخزون والتى تعتبر أصلا من الأصول المملوكة .

وطريقة المحاسبة بالاستحقاق تظهر الحقيقة للنشر بوضوح عن طريقة المحاسبة النقدية التي تظهر المركز المالى متدهورا لتجاهلها تلك العناصر التي تمكس الصورة الحقيقية .

وقد تظهر الميزانية النقدية مدفوعات الناشر ٢٠٠٠٠ جنيه ، وإيراداته لنفس السنة ٥٠٠٠٠ جنيه ، وهذا يبدو مدهشا .

ولكن بطريقة محاسبة الاستحقاق تبين ان الناشر لم يسدد للمطابع عن عدد من الكتب ، وكذلك حقوقا للناشرين عن كتب مبيعة، كما أن كثيرا من الإيرادات من مبيعات كتب فى سنوات سابقة يتحتم اضافة تكلفة مبيعاتها على حسابات هذه السنة ، وبالتالي فإنه ليس هناك تسديدات عملية تخص هذه الكتب خلال هذه السنة ، انما عن مستحقات لسنوات سابقة ، ولهذا فان المركز المالى يتغير كلية عن الصورة بالميزانية النقدية .

واهم ما تظهره طريقة المحاسبة بالاستحقاق الآتى :

### الأعمال تحت التشغيل

ويمثل هذا الأصل قيمة التكاليف التى صرفت على الكتب التى لم يتم انجازها حتى تاريخ الميزانية وتتضمن الكلفة المبالغ المسددة مقدما على حساب حقوق التكاليف وأتساب المصممين والمترجمين ٠٠ الخ والدفعات المقدمة الى المطابع قبل اتمام عملية نشر الكتاب .

### جرد الورق

ويمثل قيمة الورق الذى اشترى لحساب الكتاب ولم يتم طبعه حتى تاريخ الميزانية .

## جود الكتب

ويمثل ذلك قيمة الكتب التي تم انتاجها ولم يتم بيعها .  
وتحتاج طريقة المحاسبة بالاستحقاق الى عمل اكثر من طريقة المحاسبة النقدية ، ولكن محاسبى النشر المتخصصين يؤكدون انها اسهل من الطريقة الثانية فى المدى الطويل ، وانها الطريقة السليمة لاعطاء الناشر صورة حقيقية عن نتيجة الارباح والخسائر وفى اظهار المركز المالى للميزانية سليما .  
وتبدو هذه الملاحظات غير ملائمة من وجهة نظر المحاسبين المتخصصين ، ولكننا رأينا سردها أملأفى أن نقترح على الناشر نوع الطريقة التى يرى السعير عليها بعد استشارة المحاسبين القانونيين ، أو الخبراء الفنيين .





## محل بيع الكتب بالقطاع

ان بيع الكتب بالقطاعى هو شريان الحياة الذى يمد صناعة الكتاب بالدم .  
وهذه هى النقطة التى يدفع عندها الجمهور المال الذى يغذى تجارة  
الكتاب .

وكما رأينا فى فصول سابقة ، فثمة طرق خاصة لبيع الكتب للأفراد -  
التوزيع الكبير ، البيع بالاشتراكات ، ونوادر الكتب ، الخ .  
بيد ان اوسع الطرق انتشارا واكثرها اعتيادا ، بل وفى معظم الدول لاتزال  
أهمها على الإطلاق ، هى طريقة محل بيع الكتب بالقطاعى .

وحتى يصرف النظر عن امكان اسمهم الناشرين المبشر فى بيع الكتب  
بالقطاعى ، وذلك بأن تكون لهم محال لهذا النوع من البيع خاصة بهم ، فان  
محل بيع الكتب موضوع اهتمام كبير عند كل الناشرين .

وعلى هذا ، فان هذا الفصل يعالج موضوع محال بيع الكتب بالقطاعى  
بصفة عامة ، وليس كما لو كان يمد صاحب محل بيع الكتب بدليل او مرجع  
خاص به .

ومحل بيع الكتب بالقطاعى . أينما كان ، فى وضع شبيه ، على نحو ما  
يوضع المدرسة او المكتبة . وهذا التشبيه اكثر وضوحا فى الدول النامية ، اكثر  
مما هى الحال فى المجتمعات التى يؤدى فيها العسدد الكبير من المدارس  
والمكتبات العامة وسياسة ترويد الكتب الدراسية بالجان ، الى وجود دواع اقل

لدى الناشئة في النظر الى محل بيع الكتب على اعتبار انه المصدر الطبيعي  
او ربما المصدر الوحيد لمادة القراءة .

وطبيب للغربيين ان ينكروا - على سبيل توبيخ بلادهم - مثال باريس في  
باكستان الشرقية ، وهى مدينة لا يتجاوز تعدادها خمسين الف نسمة ، والتي  
كانت الى سنوات قليلة مضت لديها اثنا عشر محلا لبيع الكتب ، فى حين ان  
عدد سيارات الركاب كان ثلاثا فقط فى المدينة كلها .

واحيانا ينشئ الناشرون سلاسل من محال بيع الكتب سعيا وراء التوزيع  
الكبير - وان كان من الاحسن والافضل من وجهة نظرهم - ترك تجارة  
القطاعى فى ايدى المحترفين المتخصصين .

ان بيع الكتاب بالقطاعى فن ، يجب ان يلائم فيه الكتاب الصالح ، الزبون  
الصالح . ومن ثم ، فتكاد تكون هناك طرق ووسائل لبيع الكتب بقدر ما هناك  
من كتب للبيع . ويجب على صاحب محل بيع الكتب ان يأخذ فى اعتباره موقع  
ومظهر المحل ، ومنوعات الكتب التى فى حوزته ، ونوع العاملين عنده ،  
والخدمة التى يؤدونها للزبائن .

والمبادئ واحدة ، من حيث عموم التطبيق والمريان ، سواء اكان محلا  
لا يزيد على عدد قليل من الرفوف التى ترص عليها الكتب صفا صفاق قلب سوق  
تجارية شرقية ، ام كان بناء مستقلا فى شارع رئيسى فى مدينة كبيرة مثل ريو  
دى جانيرو .

ان الفرض من محال بيع الكتب بالقطاعى هو جعل كتب جميع الناشرين فى  
متناول كل الزبائن . وهذا الفرض قمين بان يخفق - وفى المدى الطويل فان  
التجارة نفسها سوف تكمد وتبور - اذا ما حاول الناشرون ان يؤثروا محال  
بيع الكتب التى يملكونها باحتكار خاص بتجارة القطاعى فى الكتب التى  
يصدرونها .

ان يائع الكتب المستقل يتبنى ان يكون فى وضع يتيح له ان يحصل على نسخ

من الكتب بتخفيض مناسب ، وأن يكون في وضع تلقى عادل حيل محل بيع الكتب بالقطاعى التابع للناشر .

ومن أجل هذا فإن الناشرين المتنافسين الذين يملكون محل بيع كتب ينبغى ، كذلك ، أن يمتاروا من كتب بعضهم بعضا .

والجهود المشتركة لهم أجمعين ، كقيلة بأن تضاعف اضعافا مضاعفة ، المجموع الكلى لجميع الكتب التى سوف تباع .

وفى الولايات المتحدة الأمريكية ، فإن عددا من أشهر محال بيع الكتب المملوكة للناشرين ، مثل دار نشر سكرينر ودار نشر ديلدى ، لا تقتصر فحسب على أن تمتاز من كتب غيرها من الناشرين ، وإنما أيضا تروج لها بكل نشاط وهمة ، وتعرضها فى أبرز مكان فى واجهات المعرض باستمرار .

وليس هذا فقط السبب الأساسى فى حجم المبيعات الضخم لتلك المحال ، وإنما هو أيضا اسهام هام فى مضاعفة عدد الزبائن الذين يشترون الكتاب .

وفى بعض الدول الاسيوية فإن محال بيع الكتب التى يملكها الناشر تحصل على بضاعتها من الناشرين الآخرين ، ليس عن طريق الشراء ولكن عن طريق التبادل او المقايضة — حيث يتسلم كل ناشر دون دفع نقود عددا معينا من النسخ من كل كتاب جديد حين صدوره .

وهذه الطريقة لا تغبار عليها فى حد ذاتها ، ولكن من أخطارها نزع صاحب محل بيع الكتب الى الظن بأن بضاعته « بالمجان » وأن فى مستطاعه من ثم ، أن يخفض اثمان البيع كما يشاء ، الأمر الذى يحول دون ربح المحل كما يجب من الصفقة .

والأخطر من ذلك ، أنها تضع بائع الكتب المستقل فى مركز التنافس غير المادل ، وتؤدى الى الاحجام عن فتح محال جديدة لبيع الكتب ، مما يترتب عليه انكماش عدد زبائن الكتاب ، فضلا عن تكرره ومضاعفته ، وهو الأمل المرجو من نظام سديد للبيع بالقطاعى .

وأهم حلجة أساسية لحل بيع كتب ناجح ، هى ، طبعا ، توافر مخير نكى  
يقظ نشيط لم يكل ما يتعلق بالكتاب ، ولديه كناية فى الأعمال التجارية .

ولكن ، بعد ذلك فان أول مطلب هو راسمال كميل بأن يزود المشروع بالعمدات  
المادى والبضاعة المطلوبة من الكتب التى يراد بيعها ، والاتفاق على الأعمال  
الجارية ومصروفات العمل والعمال .

ورأس المال المطلوب يتوقف طبعا ، على حجم وموقع المكان المختار للمحل،  
وعدد ونوع الكتب ، وطريقة الاداء والعمل ، بما فى ذلك مدى ما هى وسع بائع  
الكتب ان يأخذ بالنسيئة من الناشرين لمشترياته .

### رأس المال

لا توجد قاعدة عامة يمكن سنها بالنسبة لمقدار رأس المال المطلوب لحل بيع  
كتب ، لأن الظروف والأحوال والشروط تتفاوت الى حد كبير من دولة لأخرى .

بيد ان لا جناح علينا فى هذا الصدد من أن نذكر على سبيل الاقتراح أو  
المثال ان دراسة اتحاد بائعى الكتب الأمريكيين تومى الى أن مقدار رأس  
المال المطلوب فى البداية هو حوالى ثلث مقدار حجم التجارة فى سنة  
متوسطة . وعلى هذا فانه اذا كان من المتوقع أن يكون حجم مجموع المبيعات  
المسنوية الكلى هو ثلاثين ألفا من الجنيهات فان مقدار رأس المال الذى  
ينبغى أن يتوافر فى البداية يكون مائة ألف من الجنيهات .

ومن الطبيعى أن أى عمل تجارى يلقى ظروفًا صعبة فى عامه الأول ، ومن  
ثم فان بلع الكتب الجديد ينبغى أن يكون لديه حساب كلف واف فى المصرف  
لرأس المال حتى بعد الوفاء بكل النفقات الخاصة بالانشاء والتأثيث  
وبضاعة الكتب .

ومضلا عن ذلك ينبغى أن يكون فى وسع صاحب المحل أن يسحب من ماله  
الشخصى الوتر لتفتت عيشه فى السنة الأولى ريثما تؤتى تجارته كلها ،  
وتدر عليه الأرباح المرجوة فى الوقت المناسب .

ومن أجدى الطرق الجديرة بأن يتبعها محل بيع الكتب « لبسط ومط »  
رأسماله هو كسب ثقة الناشرين والحصول على حق طلب الكتب بالفسيفة ،  
مؤجلة الدفع لمدة ثلاثين يوما أو ستين يوما أو حتى الى أجل أطول من ذلك .

وثمة طريقة أخرى « لبسط ومط » رأس المال هي الافادة من الحق الذى  
يعطيه الناشر فى بعض الدول ( وان كان ليس فى كثير أخرى منها ) والذى  
يخول للبائع حق ارجاع الكتب التى لا تباع كما سبق ان ذكرنا فى الفصل  
الثامن .

والناشرون يبحثون دائما عن مسالك جديدة ، وانهم ليرحبون بأى بائع كتب  
جديد ، خصوصا ذلك الذى يستطيع أن يمول نفسه فى اثناء الفترة التى يكون  
فيها المحل فى سبيل البناء والانشاء .

بل وقد يكون فى الامكان الحصول على بعض البضاعة الاولى من الكتب  
بطريقة الوديعة أو الإيداع ( وهى التى تسمى فى العرف التجارى طريقة صك  
التسليم أى التى تخول للبائع عدم دفع الثمن الا عندما تباع الكتب ) .

ولكن يجب ان يكون مفهوما أن شروط الدفع المؤجل التى تنقسم بالتساهل  
لا تعطى الا لبائع الكتب الذى ينفى بالزاماته فى أجلها المسمى على الفور .

كما ينبغى ان تكون العلاقات بين بائع الكتب والنشر ، علاقات ودية  
مخلصة حيث انهما يتفهمان نفس المارب — الا وهو بيع مزيد من الكتب لأكبر  
عدد ممكن من الناس ما استطاعا الى ذلك سبيلا .

وثمة اعتبار مضاف فى الطرف المقابل ، هو حساب ثمن رأس المال الاضافى  
لبائع الكتب اذا سمح بالبيع بالنسيئة لزيائته بالقطاعى . ذلك بأن بعض  
رأسماله سوف يحتبس فى قائمات حساب لم تدفع لمدة ثلاثين يوما على الأقل ،  
ويصرف النظر ايضا عن الخسارة المكنة بسبب الديون التى لا يفي أصحابها  
بالسداد ، وكذلك النفقات الادارية الاضافية الخاصة بعمل وحفظ الحسابات  
الخاصة بزيائن القطاعى .

ولهذا السبب ، فإن كثيرا من محال بيع الكتب تتبع سياسة البيع بالنقد فقط ، فبما عدا المبيعات الخلسة بالمؤسسات مثل المدارس والجامعات والمكتبات .

### **محال بيع الكتب**

من الطبيعي أن موقع المحال يعتبر من أهم المسائل ، فمن الخير دائما أن يكون في منطقة يتردد عليها الناس كثيرا ، سواء أكان ذلك يعني وجوده على شارع رئيسي في حي التجارة أو الاستبضاع ، أم قريبا من إحدى الجامعات ، أم ( في بعض الدول ) في موضع طيب في السوق الرئيسي للبلدة .

أن القرب من دور السينما والملاهي والمحال التجارية وغيرها من مراكز التجمع الطبيعية يمكن أن يكون مفيدا في كثير من الأحيان . ولكن مجرد الحشود الحاشدة في مكان ما ، ليس بالضرورة دليلا على المكان الملائم أو المناسب في هذا الصدد ، فته إذا كانت هذه الجبهة ذات قوة شرائية محدودة ، أو كانت من النوع الذي لا يحفل بالكتب ولا يهتم بها ، فإن الأعداد في ذاتها لن تكون ذات نفع أو جدوى .

**الإيجار :** ثمة قاعدة عن مقدار الإيجار الذي يدفع ، وقد استعملت في بعض الدول ، خليقة بأن نضعها نصب أعيننا ، وإن كانت يقينا ، غير قابلة للتطبيق في كل مكان .

فلقد ارتأى بعض دارسي بيع الكتب أن الإيجار السنوي ينبغي ألا يتجاوز ستة في المئة من الحجم السنوي للمبيعات . وفي المثال المذكور . كتما ، حيث يكون المتوقع من البيع السنوي هو ثلاثين ألف جنيه ، فإن الإيجار وفق هذه القاعدة ينبغي ألا يزيد عن ١٨٠٠ جنيه في السنة أو ١٥٠ جنيها في الشهر .

**الحجم والشكل والتنظيم :** أنه لا مراء يكاد يكون من المحال أو غير الواقعي على الأقل تحديد مواصفات الحجم والشكل والتنظيم أو التخطيط لمحال بيع الكتب عموما ، ليس فقط بسبب الاختلاف في الرأي بين بائعي الكتب ولكن أيضا لأن الأسلحة المثالية لن تتوافر في كل مكان .

( ولقد أعدت مختلف اتحادات بلأى الكتب نماذج للتنظيم او التخطيط .  
يمكن الاطلاع عليها او على نظورها فى كتيبات بلأى الكتب .وهى مفيدة على  
الأخص عندما يشرع فى انشاء بناء جديد حتى يكون الحجم والشكل مناسبين  
تماما للخطة الموضوعه ) .

وعلى الرغم من أنه ليس فى الامكان ذكر قواعد عامة فى هذا الصدد ، الا  
ان هناك اعتبارات هامة ينبغى ان تكون فى ذهننا ، ايا ما كان حجم وشكل  
المساحة الموجودة . ومن هذه الاعتبارات حتمية وجود غرفة لتخزين الكتب ،  
ومن الأفضل ان تكون اقرب ما يمكن لدورة المياه ، اذا وجدت .

واذا كان السقف عاليا بدرجة كافية تتيح وجود شرفة او ما يسمى بالدور  
المسروق ( وهو طبقة فى بناء بين الطابقين العلوى والسفلى قليل الارتفاع ) فان  
ذلك خليق بأن يزيد من المساحة المستعملة . ولكن ينبغى اعطاء عناية خاصة  
لمكان السلم المفضى اليها ، ذلك ان وجود السلم فى الوسط يبتلع مساحة قيمة  
يمكن ان تخصص للبيع فى الطابق الرئيسى ، ويحول دون رؤية الزبائن للمنظر  
الكامل للمحل .

**التوافذ :** ان عدد ونوع النوافذ يتوقف على مساحة المحل المواجهة  
للشارع .

والاكتثار من النوافذ الى حد الغلو يصبح مشكلة بالقياس الى عدد الكتب  
المطلوبة للعرض ، ومقدار الوقت الذى يحتاج اليه بائع الكتب المشغول ، الذى  
تتطلبه العناية بها على نحو موصول منجدد . ثم ان كثرة النوافذ لابد وان  
تسلب المحل مساحة قيمة ثمينة من الجدران المطلوبة للرفوف وغيرها من  
ضروب الاثاث الثابت .

وحيث ان النوافذ هى الاعلان الدائم للمحل ، فيجب ان تكون جذابة مغرية  
لائمة للنظر بقدر الامكان . اما ضروب الاثاث الثابت فى النوافذ فيجب ان تكون  
بسيطة وعملية ووظيفية . ان الفسول فى الزخرفة والتهويل البارزة خليق  
بأن يصرف النظر عن الكتب المعروضة .



ينبغي تصميم نوافذ العرض وما يوضع فيها من أثاث أو بضاعة بحيث يسهل الوصول الى مساحة العرض من داخل المحل ، كما ينبغي أيضا أن يكون من السهل بلوغ النوافذ لتنظيفها وتشويقها .

ويجب أن تنظف النوافذ من الداخل والخارج ، على السواء ، مرة كل اسبوع على الأقل .

**الأثاث الثابت :** ينبغي أن يكون المحل جذابا بقدر الامكان ومزودا بضروب من الأثاث الثابت العملى الوظيفى ، وبأصواء تريح العين ، وزخارف بسيطة ، وتكييف هواء ، اذا كان ذلك ميسورا .

ولا مراء فى أن بائع الكتب قد يتوق الى كل هذه الأشياء الجميلة الجذابة البراقة ، ولكنه ، اذا كان لا يملك الا رأس مال محدودا ، فمن الخطر أن يتفق عليها كل المال الذى تتطلبه . من الخير والأجدى أن تكون لديه بضاعة متنوعة ومنظمة تنظيما جيدا سديدا بدلا من استهلاك رأس المال فى عتاد غالى الثمن وأثاث باهظ التكاليف وزخارف ترهقه من امره عسرا .

ويمكن أن تصنع الرفوف والقوائم من الخشب أو المعدن ، أيهما أرخص ثنا فى المنطقة المينة . وينبغي أن تكون الرفوف على طول الجدران منخفضة بدرجة كافية تتيح للشخص ذى الطول المتوسط أن يصل الى الرف العلوى بدون استعمال السلم النقالى . وعندما تكون ثمة مساحة بين الرف العلوى والسقف ، فيمكن استعمالها لعرض الملصقات واللوحات الفنية وأغلفة الكتب الزاهية الألوان ، وغيرها من الأشياء المناسبة للعرض فى محل لبيع الكتب .

ينبغي عدم استعمالها للبضاعة الزائدة ، التى مكانها المخزن .

والرفوف القابلة للتعديل والتغيير يمكن ملائمتها لأحجام الكتب المختلفة وخصوصا المعجم « القواميس » والموسوعات والاطالس وغيرها من الأسفل ذات الأحجام غير المألوفة ، وهى ليست مشكلة عندما تستعمل « الرفوف » القابلة للتعديل المصنوعة من الصلب .

على أنه يجب تخطيط الرفوف الخشبية مقدما ، لكي تتلاءم مع الشرائط المعدنية والأدراج والقوائم التي سوف تقوم عليها .

وبسبب النتائج العظيم لكتب التوزيع الكبير والإيراد المتزايد من بيعها ، فينبغي تخصيص مساحة سخية لوضعها وعرضها . والرفوف السلكية أقل في الثمن من الخشبية ، وإذا كانت عريضة جدا ، فإنها سوف تبطل مقدارا كبيرا من مساحة الأجنحة ، وإذا كانت عالية جدا فإنها تسد المنظر الكامل للحل وتخلق مواضع مسدودة غير ذى منفذ — ما الذا وأرضاه لسارقى الكتب !

وكل الأثاث الثابت ينبغي أن يصمم ويخطط بكل دقة وعناية وحساب لتلائم التغييرات بعد بنائه وثبتيته . ذلك أن التغييرات باهظة التكاليف .

ومن الوجهة المثالية ، فإن الحل ينبغي أن يكون مزودا الى جانب الرفوف ببعض الموائد لعرض المطبوعات الحديثة الجارية .

وينبغي أن تكون صغيرة الحجم بدرجة تسمح بنقلها بسهولة الى انسب الأماكن حيث يتسنى لعبور السبيل أن يراها .

وإذا زودت المائدة برف تحتها فإن ذلك يعتبر ميزة من حيث رسوخها ومن حيث إضافة مساحة لمزيد من البضاعة .

أما الأجنحة التي بين الأثاث الثابت والموائد والرفوف فينبغي أن تكون واسعة بحيث تيسر ولوج كل أجزاء الحل للزبائن والموظفين . أن مساحة الجناح ليست مساحة مبددة .

وينبغي وضع مائدة خاصة بلف الكتب وحزمها قريبا من المدخل لتتميز بمساحة كبيرة لالة تسجيل النقود ، إذا كان الحل مزودا بوحدة منها .

ومما يقرى الزبون وضع كتاب أو كتابين من أشد الكتب رواجاً في الموسم على هذه المائدة ، لكي تلفت نظره في أثناء انتظاره لى وحزم الكتب التي اشترها .

والأضواء الساطعة في غلبة الضرورة من حيث نافذة العرض الى أبعد جزء من المحل ، حيث قد يطيب للزبون أن « يرى » في الكتب على سجيته .

وانه لاقتصاد زائف ، أن يوفر المحل في الاضاءة .

ومن المعلوم أن أنوار الفلوريسنت أكثر كلفة في الانشاء ولكنها أقل نفقة في الكهرباء ، ومن ثم فهي أرخص في المدى الطويل .

### تموين المحل

ان المتاد المادى والأثاث والأجهزة والأدوات التى وصفناها في السياق السابق، لها أهميتها ، ولكن الشيء الوحيد الجوهرى حقا في أى محل لبيع الكتب هو بضاعته من الكتب . وشراء المؤونة الأولية من الكتب ليس سوى بداية لما سيصبح أكثر النواحي الحاحا ومطلبيا في عمل بائع الكتب .

هذه مسألة لا يستطيع أن يتهاون في أمرها لحظة واحدة .

وقبل أن ينفق بائع الكتب أى مال ، فيجب أن تكون لديه فكرة واضحة سليمة عن أنواع الكتب التى سيطلبها لتوافق سوقه .

ولزام عليه أن يعرف احتياجات موقعه ، وأن يلم الملبا واعيا بالأنواع المحتكرة الخاصة التى يتجر فيها منافسوه في الجيرة ، وأن يدرس ما يراه من وجهة نظره عيوباً فيهم أو مثالب أو نواحي نقص في عملهم بحيث يسد هو هذه الثغرات فيخلع على محله طابعا مميزا .

ويجب عليه أيضا أن يكون في مستطاعه الاعتماد على معرفته الخاصة بموضوعات معينة بالذات ، وبالمزائن المأمولين الذين يرى أنهم سوف يهتمون بكتب هذه الموضوعات فيقبلون على شرائها .

وابتغاء التوفيق في تموين المحل بالكتب ، وكذلك عمل طلبات خاصة لمزائن يربعون شيئا ليس موجودا على الفور ، فإن بائع الكتب يجب أن يتعلم كيف يستعمل « العدد » الأساسية لحرفته — وأهمها نشرات الناشرين وكتالوجاتهم،

وقوائم مراجع الكتب المطبوعة (إذا وجدت باللغات التي يتعامل في كتبه  
وغيرها من الوسائل والفهرس المعينة في هذا الصدد .

وإذا كان المحل يتعامل في الكتب المستوردة باللغات الأجنبية بالإضافة إلى  
الكتب المطبوعة محليا باللغة القومية ، فإن ذلك مما يزيد عبئا اضافيا على  
عائق بائع الكتب في عمله ، إذ يتعين عليه أن يعرف كيف يطلب شراء الكتب من  
الخارج وكيف يحصل على العملة الأجنبية اللازمة لمشترياته ، وكيف يتولى  
إجراءات التخليص من الجمارك ، وهلم جرا .

والشراء ممكن أن يتم بطريقة مباشرة من الناشر أو بواسطة وسيط أو بائع  
جملة ، وبالنسبة للمحل الصغير ، فمن الأوفق أن تكون معظم الكتب المشتراة  
من بائع الجملة حتى ولو كان التخفيض في الثمن بالجملة أقل مما يسمح به  
الناشر . وهذا الفرق في نسبة التخفيض يمكن تعويضه بتوفير الوقت والمال  
بالشراء من عمول واحد .

إن فائدة كتابة طلب واحد ، وتسلم شحنة واحدة ، ومراجعة قائمة  
حساب ( فاتورة ) واحدة ، ودفع الثمن بشيك واحد ، واضحة بذاتها ، لا  
مراء .

وينبغي أن يتسم كل الشراء بطابع الهوينى والحذر . والقاعدة المفيدة هي :  
اشتر على مهل ثم أعد الطلب بعد ذلك بسرعة . فليس ثمة شيء أحب إلى الناشر  
من إعادة الطلب . ثم إن بائع الكتب ستكون بضاعته أكثر طلاوة « طراجة »  
وجدة ، وفي نفس الوقت تنكمش قائمة الجرد عنده إلى الحد الأدنى .

وقد يفقد من عنده كتاب معين لمدة يوم أو يومين ، ولكن من الخير أن يفقد  
بيع نسخة بدلا من أن يتبقى لديه كمية باثرة بعد زوال الإقبال على الكتاب .

### عرض البضاعة

ينبغي عرض كل أنواع الكتب الموجودة على رفوف مفتوحة ، ودواليب  
مفتوحة ، وموائد ظاهرة في متناول الناس . وفيما عدا بعض الكتب النادرة

فلا ينبغي اخفاء أى شيء عن الزبون . وينبغي أن يسمح له بتناول أى كتاب وتصفحه .

ومن الافق ثلاث المناضد الطويلة أو الموائد الطويلة القريبة من المدخل والتي قد تكون بمثابة دريئة أو صادة أو مانعة . ان الناس لا يحبون القفز فوق الحواجز كما ينبغي أن يكون المدخل واسعا فسيحا بقدر ما تسمح به المساحة . ان المدخل الواسع الفسيح انما يشبه علامة « ترحيب » ، وهو رمز يعبر عن أن المحل وصاحبه وموظفيه واسفاره تقول للقارئ « هيت لك » .

### رقابة وضبط البضاعة

ان رقابة وضبط البضاعة موضوع هام جدير بانتباه بائع الكتب ، ليس فقط من أجل حسن الادارة والتدبير ، ولكن أيضا لأن ذلك خليف بأن يحدث فرقا في مقدار تجارته وأرباح المحل .

فإذا حدث أن محل بيع كتب نفد ما لديه من كتاب من أروج الكتب ، بسبب سوء الضبط والتدبير ، فإن ذلك معناه خسارة لا مسوغ لها .

ومن جهة أخرى ، اذا افترط البائع فى اعادة طلب مزيد من النسخ لانه لا يعرف عدد ما باعه ، ولا يدري شيئا عن حركة رواج الكتاب منذ عهد قريب فانه سوف يشغل مقدارا من رأس المال بلا لزوم ، وربما يؤدي ذلك الى الجوار والخسارة التي لا سبيل الى تعويضها .

وثمة أنواع مختلفة كثيرة من رقابة وضبط وتدبير البضاعة .

ويجب ان تكون الطريقة بسيطة وسهلة الاداء لأن عدد عناوين الكتب المختلفة وقيمة كل كتاب على حدة تعتبر صغيرة نسبيا .

والكتيبات الخاصة ببائعى الكتب تبين بعض الطرق المستعملة غالبا في هذا الصدد .

والغرض هو حفظ سجل ( عادة ما يكون على شكل بطاقة واحدة لكل

كتب ، وتكون البطاقات معنونة باسم المؤلف ( يبين الثمن وتواريخ طلبيات الكتاب . وعدد النسخ المطلوبة في كل « طلبية » . ثم بعد ذلك ، وهذا أمر يتوقف على النظام المتبع ، يراجع المدير المبيعات ، ربما في نهاية كل شهر اذا تيسر ، وينظر في البطاقات ليرى تاريخ حالة الكتاب المعين وخط سيره ، ثم يرسل في طلب المزيد من الكتب من الناشر .

وثمة طريقة مفيدة ، وان كانت غير رسمية تستعمل في كثير من المحلات ، وتتلخص في وضع سجل على مكتب الصراف يقيد فيه الموظف أسماء الكتب التي يبيعها . وفي وسع المدير أن يستعمل هذه القائمة في مراجعة عدد الكتب على الأرشف ، ويستعين بها في تقرير أى من الكتب يحتاج الى إعادة طلب بعد التثبت من بطاقات حصر المخزون لمعرفة مدى رواج الكتاب في الآونة الأخيرة .

### الجرد السنوى

ثمة جرد سنوى يتم في نهاية كل سنة مالية . وعادة ما يتحدد الأجل المسمى للجرد بمساء آخر يوم من السنة المالية عندما يغلق المحل بالنسبة للزيائن حتى يتم هذا العمل دون مقاطعة .

وكل هيئة الموظفين — قسم البيع والإدارة والمكتب والتسليم والشحن ملزمون بهذا العمل الذى لا مفر منه .

ويقسم الموظفون الى فرق ، كل فريق من عضوين أحدهما يقرأ الكميات والاثنان ، والاخر يضع علامات على الأرقام المدونة في قوائم الجرد التى تعد خصيصا لذلك مقما .

وكل قسم ، ومائدة ، وصوان « دولا » ، ورف ، ترقم برقم متصل ، ثم توضع قائمة الجرد حاملة نفس الرقم مثبتة فوق كل وحدة من هذه الوحدات .

والمخلات التى تثبت فى قوائم الجرد هذه انما تتم بتحديد عدد النسخ وثمان البيع بالتجزئة لكل كتاب فحسب ، وليس بعنوان الكتاب . ذلك أن طريقة

«العنوان في الجرد ، أصبحت نمسيا منسيا في الولايات المتحدة الأمريكية منذ زهاء نصف قرن عندها وجد أن طريقة الكمية والتمن سهلة ومجدية ، وتملى صورة كاملة للقيمة الحقيقية للكمية بعد خصم نسبة متوسطة من سعر التجزئة الاجمالي .

وعندما يتم تسجيل الجرد ، تبوب القوائم وتحسب لمعرفة القيمة الاجمالية للقطاعي ، ثم يحسب متوسط الخصم بالنسبة للبضاعة كلها ، وهذه تخصم من المجموع الكلي . والباقي هو القيمة النقدية للبضاعة في المحل في نهاية السنة المالية .

ومرة كل سنة تقريبا ، فمن الأوفق عمل فرصة « أوكلزيون » ( تصفية للبضاعة القديمة ) بأسعار مخفضة تخفيضاً كبيراً وخصوصاً للكتب الكاسدة . وهذا كفيلاً بأن يفيد المحل من وجوه عديدة ، فهو يخلص الرفوف من البضاعة الميتة ويخلي مكانها لكتب جديدة ونسخ طازجة وعناوين ما ظهر حديثاً مما يسمى « كتب الساعة » أو كتب اليوم التي لا يكف الناس عن طلبها في ابائها وكأنها خبزهم اليومي ، ولذلك فهي تسمى كتب « الخبز والزبد » .

وثمة فائدة أخرى للتصفية وهي أنها تحول البضاعة الميتة البائرة الى نقود عاملة . وهي خليقة بأن تجلب للمحل زبائن جدداً ممن لا يقبلون على شراء الكتب الا في مناسبات التصفية وبالأثمان المخفضة .

وخير وقت لمناسبة التصفية هو قبل جرد البضاعة في نهاية السنة المالية .

### الترويج

ان بائع الكتب الناجح لا يقنع في عمر محله فحسب ، منتظراً وفود الزبائن تلج دأره .

وانما يبذل تصارى جهده وكل ما في وسعه لكي يجلبهم اليه . وفي الدول التي يتيسر فيها الاعلان بالبريد المباشر ، فان « قائمة بريد » بائع الكتب تعتبر

من أكثر الوسائل قيمة وفعالية . وفى وسعه أن يستعمل النشرات التى يصدرها الناشرون (والتى سبق شرحها فى الفصل التاسع) . وفى وسعه أن يصدر بيانات خاصة مطبوعة أو منسوخة على الآلة الكاتبة من لذه . وفى وسعه أيضا أن يتبع سبيل الاعلان فى الصحف أو المجلات ، خصوصا اذا كان هناك تنظيم أو تدبير تعاونى كما سبقت الإشارة الى ذلك فى سياق سابق ، حيث يلتزم الناشرون بتحمل جزء من النفقة .

ومن نافلة القول ، أن مدير المحل يقيظ النشاط ومن عنده من خير الموظفين وكفاهم ، يتعين عليهم أن يعرفوا الاهتمامات الخاصة بزيائهم ويحيطوهم علما أولا فاولا بما يرد اليهم من كتب جديدة فى ميادينهم المختلفة . وهذه الطريقة ذات الطابع الشخصى فى صلة المحل بزيائته تستنفد كثيرا من الوقت والجهد بلاشك ، ولكنها من احسن الطرق واجداها فى خلق ولاء واخلاص ووشائج ودية فى الزبائن الطيبين .

وفى التحليل النهائى ، آخر الامر ، فان أهم ترويج فعال هو عرض الكتب فى النوافذ لجذب الزبائن وجر رجلهم داخل المحل ، وفى الاسونة « الدواليب » وعلى الرفوف والموائد داخل المحل لتقيد ابصارهم وتثير شغفهم على الشراء اذا ما ولجوا أبواب المحل وأصبحوا فى داخله .

#### العناصر الجوهرية للمحل الجيد لبيع الكتب

ان أهم الخصائص المميزة لمحل جيد لبيع الكتب ، يمكن سردها فيما يلى :

- ١ - موقع طيب يسهل الوصول اليه .
- ٢ - نوافذ نظيفة جذابة ذات أضواء جيدة .
- ٣ - أثاث عملى وظيفى ولكن جذاب فى نفس الوقت .
- ٤ - كتب متنوعة منسقة تحوى كل طريف وتالد على غرار من كل بستان زهرة ، تنظف يوميا .



٥ - تنظيم نكى للبضاعة ، بحيث يتسنى للموظفين والزبائن تناول الكتب بسهولة .

٦ - هيئة موظفين مدربين احسن تدريب ، يأخذون اجورا كافية ابتغاء ثبات واستقرار الموظف وعشقه لعمله وتقنيته واخلاصه في ادائه ، الامر الذى يؤدى الى خفض عملية استبدال الموظفين بغيرهم الى الحد الأدنى .

٧ - الذوق والادب حيال الزبائن .

٨ - الترحيب الحار بأولئك الذين لا يريدون سوى « مجرد القاء نظرة » مع وضع لافتة فى نافذة العرض تقول « تفضل بالدخول لتجوس خلال الدار وترعى كما تشاء » .

٩ - ساعات محددة لأوقات العمل مع لافتة فى مخذل المحل عليها بيان بوقت فتح وغلق المحل .

١٠ - القدرة على استعمال الأدوات والوسائل المعيارية لبائعى الكتب :  
الكتالوجات ، والفهارس وقوائم المراجع ، الخ .

١١ - الاهتمام بالاهتمامات الخاصة لزبائن المحل أو على الأقل لفئات خاصة منهم ممن يعتبرون زبائن طيبين .

١٢ - العضوية فى أحد اتحادات بائعى الكتب — أو الأخذ بزمَام المبادرة فى المساعدة على تنظيم وإنشاء اتحاد اذا لم يوجد أحدها أو نظيره .

## الفصل الحارم والعشرون

# التدريب الخاص بصناعة الكتب

ان لفظ « تدريب » يستعمل عادة للدلالة على تعليم المهارات اللازمة لاداء مناشط محددة معينة مثل عملية خراطة الخشب أو المعدن ، أو صنع اللحام ، أو الطهو ، أو النسخ على الآلة الكاتبة . ولكننا هنا نستعمل اللفظ في معنى أوسع وأعم وأشمل ليعنى تزويد الفرد :

أ - بمعرفة مهنية .

ب - بالمهارات المتخصصة .

ج - وبما يعادل أ و ب في الأهمية ، وهو بالثقة المطلوبة لاداء مناشط معينة على الوجه الأكمل .

ومن ثم ، فبموجب هذا التعريف ، فان التدريب يشمل :

أ - التدريب الأساسي للمبتدئ ، أما قبل الوظيفة وأما كتليد صناعة عند صانع أو محترف .

ب - تدريب أكاديمي أو مهني رسمي ( ان الطباعة وإدارة مؤسسات الطباعة تعتمد بصفة خاصة على مثل هذه البرامج ) .

ج - حلقات تدريب وبحوث - غير أكاديمية ، وورش تدريب ، ومؤتمرات ، عادة ما تخصص للأشخاص الذين زاولوا مهنة نشر الكتاب أو الطباعة لفترة

٤ .

٤ - طائفة من الناشط غير الرسمية ، التلقائية ، التي يبادر اليها الفرد من تلقاء نفسه . ويمكن سرد قائمة طويلة بهذه الناشط ، ولكن عددا قليلا من الأمثلة يكفي في هذا الصدد .

### قراءة الكتب والمجلات المهنية

الانضمام الى ، او المساعدة في انشاء نواد غير رسمية ، او اتحادات تضم أشخاصا ذوي اهتمامات ومصالح مهنية مشتركة لتبادل الافكار ومناقشة المشكلات المشتركة ، والالام بأعمال وشتون كل فروع صناعة الكتاب ودراستها من كتب . وعلى سبيل المثال بالنسبة لهذا النشاط الأخير فان محررا ما ، عن طريق زيارته المتكررة لحال الكتب المحلية ، يستطيع أن يلاحظ أمورا كثيرة تنفيده بطريقة غير مباشرة . وكذلك الأمر بالقياس الى غشياته لدور الطباعة من حين لآخر ، فانها كذلك ، خليفة بأن تزيد من خبرته وتثري معلوماته .

ان التدريب والمرانة والتعرض بكل هذه الأنواع يلعب دورا في صناعات الكتاب للدول النامية ، وسوف نزيد هذا الأمر بيانا وايضاحا في السياق التالي .

على أن النقطة الهامة هي أن التدريب ، بالنسبة لكل نواحي صناعة الكتاب ، يجب ألا يحسب على أنه برنامج تدريب ينتهي برخصة أو شهادة تخول لصاحبها مزاوله التحرير ، أو تصميم الكتب ، أو بيع الكتب ، ذلك ان صناعة الكتاب ، اذا فهمت في معناها الواسع شمولاً واحاطة ، فانها ، بلا نزاع ولا مرأ ، كل الناشط غير الرسمية المذكورة في رقم ( ٤ ) مقترنة مع الخبرة التي علمت اي ناشر ناجح او مصمم او بائع كتب في اي بلد تقدم في هذا المضمار ، ما لم يعلم .

### هدف رئيسي

لقد فكرنا في مستهل هذا الفصل الأهداف الرئيسية للتدريب في صناعة الكتاب وهي :

( أ ) المعرفة المهنية .

( ب ) المهارات .

( جـ ) الثقة .

ولعل الثقة ، من بينها جميعا ، هى أعظمها أهمية .

إن المقامر أو المغامر ، لن يصبح بالضرورة ناشرا ناجحا ، ولكن الناشئ لكى ينجح يجب أن يكون على شئ يسير من روح المقامر أو المغامر .

ويبدون المعرفة المهنية والمهارات ، فإن الثقة تصبح تهورا غير مأمون للعاقبة ، ولكن ما لم يكتسب المرء الثقة بالاضافة الى المعرفة المهنية والمهارات المتخصصة ، فإن التدريب لابد وأن ينتهى الى الاخفاق واليوار لا محالة .

ومسألة الثقة هذه ، ذات مساس خاص له أهميته وخطره بالقياس الى أهل صناعة الكتاب فى الدول النامية .

نلك أن الناشئ ، أو المحرر أو بائع الكتاب فى أمريكا أو أوروبا يعمل فى نطاق تقاليد راسخة على نحو ما . وقد يكون مجيدا ، ولكن تجديداته نادرا فقط ، ما تكون ثورية . أما فى الدولة النامية فإن الناشئ الجديد ، أو المحرر أو صاحب محل بيع الكتب ، هو غالبا فى « أرض بلا خارطة » . وتكاد تكون كل ناحية من نواحي عمله تلمس موضعا لقدمه — تحسسا وجسا لركيزة عليه أن يقدر لرجله قبل الخطو موضعها ، أو ربما تكون ضد تقاليد ما أو عرف ما أو سنة من سنن القوم لا يستطيع لها بديلا الا بشق النفس .

اعتبر ، مثلا ، المؤلف الذى فرغ من كتابة مخطوطه .

فاذا كان مؤلفا أوريبيا أو أمريكيا ، فأكبر الظن أنه كان متصلا فى مرحلة مبكرة مع أحد محررى إحدى دور النشر ، شجعه على كتابة المخطوط . ولعله فعلا قد تماقذ على كتابة المخطوط .

ولكن حتى اذا كان قد أعد المخطوط من تلقاء نفسه ، فيكاد يكون خربا من الحال أن يذهب الى طابع يحول له المخطوط الى كتاب ثم يحاول تسويق الكتاب بنفسه .

ومهما يكن مقتنعا بقيمة مخطوطه ، فهو يعرف أن قبول ناشر لمخطوطه (وهذا يعنى أن خبيرا متخصصا قد قرر أن المخطوط جيد بدرجة كافية تسوغ المغامرة بماله الخاص في طبعه ونشره ) علامة لازمة على تقبل جمهور القراء لمؤلفه . وهو يتوقع من المحرر التابع للناشر أن يساعده على تحسين مخطوطه وتجويده .

وقد لا يكون ملما الماما وثيقا بإجراءات النشر ، ولكنه على وعى بوجود مصممي الكتب ومدرك بأن اسهامهم خليق بتزكية بيع كتابه والدفع به قديما .

وليس ثمة ما يدعوه الى سوء الظن بالناشر على الاطلاق ، فكل الدلالات تؤمى الى أنه لن يكون الا فى غاية الامانة والقسط فى الوفاء بحقوق التأليف وحساب عدد الكتب التى ستطرح للبيع .

وطبعا ، قد لا يتسنى له ملازمة الناشر فى كل خطوة ورؤية كل ما يفعله بعينه فى كل امر ، ولكنه ، بصفة عامة ، يتقبل هذه الحقيقة الأساسية : أن مهارة الناشر وموظفيه كفيلة بأن تزوده بعدد أكبر من القراء ، فتوسع دائرة قراءة كتابه ، ومن ثم تزيد من عائده عليه ، حتى اذا نال الناشر من وراء ذلك بعض الربح أيضا ، أكثر مما هو فى مستطاعه اذا أخذ المخطوط بنفسه الى الطابع وتولى هو بنفسه عمل الناشر .

ومن جهة أخرى ، فالذى يحدث فى بعض الدول النامية ، أن الميل الطبيعى للمؤلف ، فى غياب صناعة للنشر ذات تقاليد راسخة ، يدفعه الى أخذ مخطوطه للطابع ، ويتولى هو بنفسه عمل الناشر ، ويصبح هو « ناشر » نفسه . ولعله يعتبر الموجودين من الناشرين مجرد « وسطاء » .

وإذا قرر فعلا الذهاب الى ناشر ما ، فعمله يتساءل عن حق الناشر في تحرير المخطوط او التدخل فيه بأى حال من الأحوال .

ان افتقاره الى الثقة في مقدرة الناشر على الحصول على أوسع سوق ممكن لكتابه ، وفي أمانته في حساب عد النسخ المباعة ، ربما تدفعه الى ايثار تسلم مبلغ أجمالى مقدما لقاء مؤلفه ، دفعة واحدة (ومن ثم ينيخ بكله على رأس مال الناشر المحدود ) بدلا من المغامرة باتاحة الفرصة لنفسه لأخذ دخل أكبر على فترة من السنوات لقاء حقوق التأليف والبيع على أقساط .

ان خرق التقاليد القديبة والنفاذ الى تقاليد جيدة يتطلب الثقة — مقدارا كبيرا من الثقة .

ومن ثم ، يلزم توكيد عنصر الثقة باعتبار أنه ، يقينا ، الهدف الاولى للتدريب .

### التدريب فى الدول المتقدمة

بصفة عامة ، يمكن القول بأن التدريب فى الدول ذات صناعة الكتاب الراسخة طويلا ، يتولى أمر نفسه .

وفيما عدا الميدان المتخصص للطباعة ، حيث يتطلب تدريباً مهنيا منظما دقيقا قبل الاستخدام ، وكذلك ادارة دور الطبع التى تتطلب برنامج تدريب واسع النطاق ، وطويل الأجل بعد مرحلة التعليم الثانوى ، فليس ثمة برامج أكاديمية شاملة معترف بها او لازمة تعد الفرد الى دخول مهنة نشر الكتب على غرار ما تعد مدرسة الصحافة الفرد لدخول عالم الصحافة .

وغنى عن القول أن هناك مقررات دراسية فى التحرير وغيره من نواحي النشر تعطى فى المعاهد الأكاديمية وكثير من مدارس الفنون تشمل مقررات فى تصميم الكتب والرسوم والزخرفة ضمن برامجها .

وفى الولايات المتحدة الامريكية توجد برامج قصيرة المدى تقدمها كليات معينة ، خصوصا فى بوسطن ونيويورك تعالج اجراءات النشر .

ان أى شاب أو شابة تواق الى دخول ميدان من ميادين النشر ، وقد أتم واحدا من هذه البرامج ، تكون له ميزة خاصة بدون شك عند البحث عن وظيفة ترجح كفته ، ولكن انهام مقرر من هذا النوع ليس شرطا عاما لازما للتوظيف لدى الناشر .

لقد بادرت المعاهد التربوية من تلقاء نفسها الى انشاء مثل هذه المقررات والبرامج ، ولم تكن صناعة الكتاب نفسها هى التى أخذت بزمام المبادرة فى هذا الصدد .

وتقليديا ، لم تنتظر الاتحادات التجازية الى التدريب على أنه اهتمام رئيسى يتبع على عاتقها ، والناشرون كأفراد ، وخصوصا فى امريكا ، لم يشعروا بالحاجة الى الاسهام فى التدريب العام الذى تمعده الصناعة وتدعمه .

وثمة استثناء جدير بالذكر ، مما سبق ، وهو مدرسة بائعى الكتب فى فرانكفورت على الماين ، وهى مدرسة يمولها ويعضدها اتحاد بائعى الكتب الالمانيين وولاية هيسى مشتركين .

وهذه المدرسة تعطى برنامجا شاملا لمدة سبعة اسابيع فى بيع الكتب ، يتكرر حوالى ست مرات كل عام . وفى كل عام تخرج المدرسة عديدا من مئات الشباب الالماني المؤهلين مهنيا لدخول حرفة تجارة الكتاب بالقطاعى .

ولكن اذا تركنا مثل هذه الاستثناءات جانبا ، فان التدريب فى نشر الكتاب كان دائما تقليديا ، مسألة تعلم بالعمل والممارسة .

فالمرء يحصل على وظيفة فى النشر ، ربما كمساعد فى شئون التحرير ، أو كبائع أو مصمم ، أو وظيفة فى مستودع كتب كموظف مبتدىء ، ثم بالعمل مع أعضاء هيئة الموظفين الأكثر خبرة ودراية يقضى مدة تمرين «تلميد الصناعة» ، وهى مدة قد تنظم على نحو رسمى جدا ، أو قد لا تتخذ أية صبغة رسمية أو شكلية . وحيث أن الترقية تتوقف على الخبرة وتعلم « سر المهنة » ، فان

المبتدئ عادة يريد أن يتعلم كل ما في وسعه ليس فقط عن وظيفته المعينة ، ولكن عن عملية تجارة الكتاب شمولاً وإحاطة .

وفي السنوات الأخيرة ، على الأقل في الولايات المتحدة الأمريكية ، أصبحت « برامج تمرين تلاميذ الصنعة » هذه ، أكثر تنظيماً رسمياً في عدد من دور النشر .

و بمجرد أن ينال الموظف شيئاً من الخبرة ، وينتقل إلى مركز مسئولية أكبر ، فهناك فرص متاحة أمامه لمزيد من التدريب .

فإذا كانت المعاهد التربوية المحلية تعطى مقررات مسئلية في أية ناحية من نواحي النشر ، فقد يهرع إلى الاتخراط في سلوكها من تلقاء نفسه . وسوف يقرأ مجلات صناعة الكتاب ، وقد يحضر حلقات البحث والتدريب المهنية التي تقام تحت رعاية وإشراف الاتحادات المهنية والحرفية . ولكن لعل الأهم من ذلك كله ، هو اتصالاته بنظرائه في الدور الأخرى والمؤسسات ، وهي خليفة بأن تزيد من معرفته والمامة بكيفية أداء كل شيء عموماً في شتى أنحاء الصناعة . ومع كل ذلك يأتي الإحساس بالمهنة والالتضاء إليها ، وهذا لا يزيد عن كونه طريقة أخرى للقول بأنه قد اكتسب الثقة .

### التدريب في الدول النامية

والآن فلننظر في مشكلة التدريب في صناعة الكتاب في الدول النامية ، حيث الوضع قد يكون جد مختلف .

وفي كثير من الدول النامية يوجد أفراد لديهم رأس المال والرقبة لولوج ميدان النشر ، ويتعين عليهم أن يقفزوا قفزة فجائية في نشر الكتاب .

وقد لا تكون ثمة دور نشر موجودة ، أو محال كتب كبيرة يمكن فيها الحصول على الخبرة . وربما لا تكون هناك مقررات جامعية تقدم للمرء هذه الخدمة .



وربما لا يكون ثمة اتحاد حرفى قادر على مد يد العون أو التزويد بالمعلومات من أى نوع . وقد تكون النشرات الدورية الخاصة بصناعة الكتاب إما غير موجودة أو عسيرة المثال أولا تعالج سوى النشر والطباعة فى الدول المتقدمة .

لنفرض أن شخصا من هذه الفئة التى لديها رأس المال والرغبة فى ولوج ميدان النشر ، أقدم غير هياب ولا وجل ودخل ميدان نشر الكتاب . أنه سرعان ما يحتاج الى تكوين هيئة موظفين . ولكن نظرا لأن بلده يفتقر الى صناعة كتاب كاملة ، فلن يجد مددا من المحررين ذوى الخبرة والمصممين ذوى الدراية والتخصص .

لذلك يتعين عليه أن يدرّبهم بنفسه ، فتلك ضربة لازب .

ولقد ذكرنا فى السياق السابق أن التدريب فى الدول المتقدمة ، يتولى أمر نفسه بنفسه ، على نحو ما . ولم يكن أبدا مشكلة كبيرة لدرجة تتطلب انتباه الصناعة أو الحكومة .

وليست هذه هى الحال فى معظم الدول النامية .

فاذا أرادت هذه الدول أن تنمى صناعات كتاب قوية ناشطة ، دون أن تقطع الشوط التاريخى الطويل الذى قطمته الدول المتقدمة فى هذا المضمار طورا بعد طور ، فإن التدريب على كل المستويات ، ولكن بصفة أخص على المستوى الإدارى ، أمر حتمى بالغ منتهى الدقة .

والى حد ما ، يمكن تنظيم التدريب وتديره فى بلد ذى صناعة كتب أكثر نموا وإطرادا .

ولكن مثل هذا التدريب لا يمكن أن يبدأ لملاقاة الحاجات الكلية برمتها .

لذلك يجب خلق الفرص التدريبية المحلية لبناء هيئة الناس المزودين بالمعرفة المهنية المتخصصة اللازمة والمهارات والقدرات والثقة لكى يمضوا قدما فى هذا المضمار .

كيف يمكن أحرار ذلك ؟

بطرق كثيرة طبعا .

والقائمة التالية تشير الى بعض الوسائل المستعملة فى عدد قليل من الدول :

١ - ينبغي اقناع مدارس الصحافة بأن تضم برامج ومقررات فى نشر الكتاب . ان العلاقة بين الكتب والصحف ، أكثر قريبا على نحو وثيق فى الدول النامية منها فى الدول المتقدمة . ان كثيرا من الصحف فى الدول النامية ، وقد قطعت الى ان مطابعها ليست مشغولة سوى ساعات قليلة فى اليوم ، تستعمل « وقت الجزر » أو انحسار الموجة عن هذه المطابع فى انتاج الكتب . بل ان عددا لا يستهان به من ناشري الصحف أصبحوا ناشري كتب أيضا .

ولعل المستقبل يرى هذه الظاهرة مكررة فى كثير من الدول . وهى ظاهرة يمكن الدفع بها قدما والتعجيل بها بمساعدة مدارس الصحافة .

٢ - ينبغي أن تنظم حلقات البحث القومية والاقليمية وبرامج التدريب على أساس متواتر دوريا . ومن الوجهة المثالية ، فان المنظمين يجب أن يكونوا أعضاء اتحاد الناشرين المحلى ، اذا وجد احدها . ولكن قلما يكون هناك اتحاد ناشرين لديه القدرة على الاضطلاع بهذا العبء بدون معونة ، مالية وتنظيمية على السواء .

ان المعونة الحكومية (بوساطة وزارة التربية أو وزارة الثقافة) تبدو منطقية ، ولكنها نادرا ما تأتى . ومن ثم فلابد من توافر مقدار كبير من النشاط التنظيمى وراء هذه الحلقات والمؤتمرات والبرامج اذا اريد لها أن تفلح وتؤتى اكلها .

ومن ثم ، فقد تم تنفيذها عادة بمعونة فنية اجنبية أو دولية . بيد أنه ، كلما سارعت الدول النامية فى تدبير هذه المناشط تحت الاشراف المحلى ورعايته ، بدلا من أن تكون المبادرة تحت المعونة الفنية الأجنبية ، كان ذلك خيرا .

وجدير بالاضافة فى هذا السياق ، أنه علاوة على التعليم الفعلى الذى يحدث فى حلقات التدريب العملى كهذه ، فهناك حصيلتان فرعيتان هامتان تتوليان منها : فهي تؤدى غرضي انماء الاحساس بالمهنة فى المشتركين ، وفى نفس

الوقت مع تغطية الصحافة لأخبارها ومناقشتها وما يدور فيها من قول وعمل،  
فإنها تصنع صناعة النشر في بؤرة وعى الجمهور .

٣ - ثمة حاجة لاثراء وتملية مستوى معاهد تدريب الفنون الجميلة (فنون  
الرسم والتخطيط والنقش والحفر) ومدارس التدريب المهني في الطباعة .

ان عددا من الدول اليوم تنشئ مراكز تدريب الفنون الجميلة . وينبغي أن  
تشمل مناهج هذه المراكز تصميم الكتب والانتاج .

على أنه يجب أن نذكر صراحة ، ان هذه التطورات لن تحدث ببساطة  
المبادرة الحكومية على الأرجح ، وان كانت المساعدة الحكومية مطلوبة لها .  
ان المبادرة ينبغي ان تنبثق من الناشئين المحليين والطباعين وبإمعى الكتب  
الذين يعملون في تعاون .

### التدريب في الخارج

ففى من القول أن أى نظام يثبت أنه عملى فى بلد ما ، لن يعمل بالضرورة  
فى بلد آخر . فثمة فروق واختلافات جوهرية بين صناعات الكتب فى مختلف  
الدول .

بيد أنه فى نفس الوقت ، ثمة عناصر مشتركة عامة تقوم عليها أية صناعة  
ناجحة للكتاب :

١ - الادارة الكفء القائمة على الحساب السليم (دور النشر ، ومحال  
الكتب ودور الطباعة) .

٢ - الإجراءات التى قد تتفاوت أو تختلف من دار لأخرى أو مؤسسة  
لأخرى ، ولكنها معيارية على نحو ما وكفيلة بالانتاج السريع للكتاب مع الجودة  
والكفاية .

٣ - الفكر المتخيل والاقدمام فى انشاء وتكليف المخطوطات ، وإيصال الكتب  
للقراء ، والبحث عن وسائل توسيع ونمو سوق الكتاب .

٤ - الاتحادات الحرفية التي تؤدي الوظائف وتجري البحوث والدراسات وتنفذ المشروعات التي ليس في وسع أي ناشئ بمفرده أن يأخذها على عاتقه .  
٥ - « صورة للصناعة » تستقر في أذهان الناس وتقال احترامهم وتجنب الشباب الموهوب .

هذه هي المبادئ والاتجاهات الخاصة بصناعة كتب متطورة ، التي يجوز تصديرها . وهي لا تعتمد على « مصنوعات معدنية » أو رأس مال متوسع .

وهذه المبادئ والاتجاهات واجدة طريقها في هذه الآونة عن طريق تبادل الزيارات والدراسات التي يقوم بها الناشرون والطابعون وبنائو الكتب من الدول النامية إلى الدول المتقدمة ، حيث يقفون بأنفسهم على كل ما يتصل بصناعة الكتب ويفيدون من خبرات غيرهم في هذا الصدد .

بيد أن عدد الأشخاص الذين تتاح لهم هذه الفرص قليل ، سواء لأسباب اقتصادية أم لغيرها من الأسباب ، بل أن عدد الذين يجتثون ثمار مثل هذه الخبرة على نحو مفيد فعال ، أقل .

والمقدرة على استيعاب الأفكار واتخاذها ليست عامة تشمل الناس أجمعين .

والزائر من إحدى الدول النامية الذي يتمثل رد فعله في أن يقول « ولكننا لا نستطيع أن نفعل ذلك في بلدنا » إنما يخطئ في الحكم ويحجب التوفيق . فمن الجلي أن أكثر الناس صلاحية وأهلية للأفادة من خبرة التعرض لنشر الكتاب أو الطباعة في الدول المتقدمة ، لابد أن يكونوا من أصحاب :

أ - التعليم فوق المتوسط وسلامة الحكم .

ب - والخبرة في صناعة الكتاب في بلادهم .

ج - والمسئولية الكافية والمجال الكافي الذي يمكنهم من أحداث التغيير المنشود إذا كان التغيير ضروريا عندهم يعوِّدون إلى بلادهم .

ولعل من أكثر الميادين التي تزوينا بأقوى حجة للتدريب في الدول الأجنبية  
والإفادة من التطور السابق في هذا المضمار ، هو إدارة مؤسسات الطباعة •  
أن الحاجة الى الإدارة السليمة للطباعة ، وعلى الأخص في القطاع العام ،  
حاجة عظيمة في دول كثيرة •

وقد استثمرت الحكومات — ولا تزال تستثمر — نقداً أجنبياً لا يستهان به في  
عتاد الطباعة ، وأنه لمن الالتزام الأخلاقي القوي الذي يقع على عاتقها أن  
تستيقن من أن هذا العتاد :

أ — يختار اختياراً سنياً في محله •

ب — وأنه يعمل بأقصى طاقة كفاية ممكنة .

وإدارة الطباعة عمل فني متخصص الى درجة كبيرة •

ومهما يكن الشخص مؤهلاً وصالحاً كمدير ، إلا أنه يحتاج الى مهارة  
تتجاوز قدرته الإدارية ، لكي يتمكن له إدارة مؤسسة للطباعة ، بكفاية  
وفلاح •

ولكي نختم هذا الفصل ، فلاجناح علينا من إيجاز النقاط الرئيسية :

١ — أن التدريب لمعظم الأعمال والوظائف الخاصة بصناعة الكتاب ، وإنها  
هو سبيل موصول ، وهو أوسع وأشمل وأعم بكثير من مجرد تعليم مهارات  
معينة أو إجراءات خاصة •

٢ — في حين أن هذا التدريب يتولى أمر نفسه بنفسه ، على نحو ما في  
الدول المتقدمة ، إلا أنه يجب أن تعطى له الأولوية بالدرجة الأولى في الدول  
النامية •

٣ — أن المعونة الأجنبية لا يمكنها أن تؤدي إلا دوراً ثانوياً صغيراً في  
التدريب الخاص لصناعة الكتاب في الدول النامية . يجب أن يأتي الحافز أو  
الدافع — أساساً — من الناشرين والطابعين ويأتمنى الكتب المحليين •









## هذا الكتاب

سفير الحضارة ورسول الثقافة عبر بلاد العالم وعبر التاريخ وعبر الفنون والعلوم . على أوراقه وعلى حروفه الدقيقة قامت حضارات العالم واندفع الانسان يخترق الفضاء ليضع على القمر اقدامه .

وهذا الكتاب يتناول صناعة الكتاب والمستوى الذي يجب ان تسمى اليه . فهو يرى ان الكتاب يجب ان يتحصرى المستوى المرتفع في اتمى درجات ارتفاعه في لغة بسيطة قريبة سائفة عند الناس اجمعين . فالمؤلف يرى ان الفكرة العميقة لا تؤدي وظيفتها ان لم تكن معروضة في أبسط الاشكال وأكثر بسرا فهي لا تستطیع ان تنقل بين الاغلبية العظمى من الناس الا اذا كانت خفيفة رشيقة غير مثقلة بالصعوبات والتعقيدات .

ما هي مشكلات الكتاب وكيف تقف الحدود عقبة في سبيل انتشاره في كثير من الاحيان وكيف نتغلب على هذه المشكلات ... ستجد الاجابة على هذا جميعه بين دفتى هذا الكتاب .

انه كتاب لا بد ان يقرأ .



0360430

طابع

٦٥

الثنى